



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ



Гуманітарно-педагогічний факультет

Кафедра журналістики та мовної комунікації

## Збірник матеріалів III Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції



# Сучасні тенденції в медіагалузі

Київ – 2024

**УДК 070:7.094/097**

Сучасні тенденції в медіагалузі: зб. матеріалів III Всеукраїнської студентської наук.-практ. конференції (Київ, 22 квітня 2024 р.). – Київ, 2024. 96 с.

Збірник тез охоплює широке коло питань з історії та теорії комунікації, журналістики в умовах війни та в добу цифровізації, новітніх тенденцій у медіагалузі в контексті сучасних викликів.

Для фахівців у галузі журналістики, молодих науковців, студентів, а також усіх, хто цікавиться інноваційними процесами, що відбуваються в медіагалузі у складних умовах безпекових загроз та боротьби на інформаційному фронті.

**Редакційна колегія:**

Навальна М. І., *д-р філол. наук, проф. (голова);*

Степаненко М.І., *д-р філол. наук, проф.;*

Семашко Т. Ф., *д-р філол. наук, проф.;*

Харченко С. В., *д-р філол. наук, проф.*

Відповідальна за випуск – *канд. філол. наук* Адамчук Н. В.

Схвалено до друку на засіданні вченої ради  
гуманітарно-педагогічного факультету (протокол № 10 від 21 червня 2024 року)

Тези подано в авторській редакції

Автори тез відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел, покликання на них та інші відомості

Передруковувати опубліковані в збірнику матеріали дозволяється тільки  
за згодою авторів

© НУБіП України, 2024

© Автори, 2024

## ЗМІСТ

<i>Адамчук Наталія</i> ХУДОЖНЯ РЕПОРТАЖНА ЖУРНАЛІСТИКА В ДІАХРОННОМУ ЗРІЗІ.....	6
<i>Азімова Анна</i> СУЧАСНА АНГЛІЙСЬКА МОВА В РЕКЛАМІ.....	9
<i>Андрєєва Вікторія</i> ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ.....	11
<i>Багата Іванна</i> ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ.....	13
<i>Балалаєва Олена</i> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ ПРО ВІЙНУ .....	16
<i>Власова Олександра</i> ФАКТИ В АНАЛІТИЧНИХ ТА ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТВОРАХ.....	18
<i>Вовчок Костянтин</i> ІЗ СПОСТЕРЕЖЕНЬ НАД ВЗАЄМОДІЄЮ АВТОРА Й ЧИТАЧА У ТВОРІ.....	22
<i>Гамениця Анна</i> РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ БЛОГОСФЕРИ.....	25
<i>Говорко Євгеній</i> СПОСОБИ ПОШИРЕННЯ РОСІЙСЬКИХ НАРАТИВІВ У ЗМІ ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З НИМИ (на прикладі українських телеканалів).....	28
<i>Горенко Оксана</i> ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОЦЕСУ НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРІВ.....	29
<i>Гребенищikov Микита</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНІ .....	31
<i>Жуковська Діана</i> ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ «ТВОРУ» Й «ТЕКСТУ».....	32
<i>Загоруй Анастасія</i> ОБРАЗ АВТОРА ЯК ОДНА З ФОРМ АВТОРСЬКОЇ ПРИСУТНОСТІ У ТВОРІ.....	34

<i>Задорожна Карина</i> СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «ТЕКСТ» І «ДИСКУРС» : СУЧАСНЕ ЛІНГВІСТИЧНЕ ІНТЕРПРЕТУВАННЯ.....	37
<i>Заяць Стефанія</i> НОВІ ПРОЕКТИ ТА ПРОГРАМИ НА КАНАЛІ 1+1 Україна.....	39
<i>Заяць Стефанія</i> ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОНТЕНТ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ.....	42
<i>Земляной Дмитро</i> НАСЛІДКИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ ДЛЯ СВІТУ (МЕДІЙНА ВЕРСІЯ).....	45
<i>Казмірчук Людмила</i> АВТОРСЬКА ІДЕЯ ТА КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ: МЕДІАПРОЄКТ (на прикладі Національного університету біоресурсів і природокористування України).....	47
<i>Кичкирук Вікторія</i> КОГЕЗІЯ І КОГЕРЕНТНІСТЬ ЯК ТЕКСТОВІ ФЕНОМЕНИ.....	49
<i>Кострикін Андрій</i> КУЛЬТУРА ВІДЕОІГОР У ЖАНРОВО-ДИНАМІЧНІЙ ПРОЄКЦІЇ.....	51
<i>Курганевич Йордана</i> ЗАРОДЖЕННЯ ВОЄННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	53
<i>Литвин Олександр</i> АВТОРСЬКА СТОРІНКА В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ.....	54
<i>Махонюк Єлізавета</i> СОЦІОКУЛЬТУРНА КОНСОЛІДАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	57
<i>Мацібура Вадим</i> ЧЕРЕЗ МІЖКУЛЬТУРНУ КОМУНІКАЦІЮ ДО ДОСЯГНЕННЯ СПІЛЬНОЇ МЕТИ.....	59
<i>Миронець Катерина</i> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ РОБОТИ.....	61
<i>Мінін Сергій</i> ОБРАЗ ТВОРУ В КУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ.....	65
<i>Мордавченко Олександра</i> ЕТАПИ ПРОЦЕСУ НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ.....	66

<i>Морозова Єлизавета</i>	
ПРОЯВИ ФЕМІНІЗМУ В СЕРЕДНЬОВІЧЧІ.....	70
<i>Моспан Анастасія</i>	
ПЛАГІАТ У ЗМІ ЯК СУЧАСНА СОЦІОКОМУНІКАТИВНА ПРОБЛЕМА.....	71
<i>Мошківський Владислав</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ СПОРТИВНОГО КОНТЕНТУ.....	74
<i>Назарук Анастасія</i>	
ЛІНГВІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ.....	76
<i>Озадовська Еліза</i>	
МЕДІАВПЛИВИ НА АУДИТОРІЮ.....	78
<i>Оксенюк Дарія</i>	
ТЕХНОЛОГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ФАКТУ В АНАЛІТИЧНИХ СТИЛЯХ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	79
<i>Радіонова Марія</i>	
ВІЙСЬКОВЕ БЛОГЕРСТВО ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО.....	81
<i>Радіонова Марія</i>	
МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ.....	83
<i>Рибалка Костянтин</i>	
ІГРОВА ІНДУСТРІЯ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ФЕНОМЕН.....	85
<i>Рокітна Тетяна</i>	
ОЦІННА ЛЕКСИКА ЯК КОМПОНЕНТ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ ДЛЯ ДІТЕЙ.....	88
<i>Стрельцова Аліна</i>	
МЕТОДИ ПОШУКУ, ОПРАЦЮВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЇ.....	90
<i>Чернова Софія</i>	
ФАКТ ЯК ОСНОВА ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ.....	93

# ХУДОЖНЯ РЕПОРТАЖНА ЖУРНАЛІСТИКА В ДІАХРОННОМУ ЗРІЗІ

Адамчук Наталія

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Науковці, які досліджували історіографію вітчизняного літературного репортажу, зазначають, що вже в 20-ті рр. ХХ століття журналістика в Україні мала сприятливі умови для розвитку цього жанру. Однак, попри фактологічний характер, ці тексти протягом багатьох десятиліть тяжіли більше до літератури, аніж до журналістики (нарис, подорожні нотатки, есеї тощо). Наприкінці 1930-х репортажів уже було багато, тому з того часу можна констатувати про формування окремого жанру і вироблення своєрідної моделі. Ця тенденція нагадує «новий журналізм» США, про який активно заговорили лише наприкінці 1950-х й особливістю якого стало яскраве проявлення автора в тексті.

У 1920-х роках репортаж був привабливим форматом і для журналістів, і для белетристів. З-поміж репортажистів – автори художньої прози і навіть поети, активно цей жанр освоювали белетристи (у таких творах простежуємо певне балансування на покордонні між правдою та художньою вигадкою). Уже в той час довкола репортажу відбувалися гострі дискусії, зокрема тому, що в цьому жанрі водночас творили і футуристи (у журналі «Нова генерація»), і представники так званої пролетарської літератури.

1928 року засновано ілюстрований щомісячник «Універсальний журнал», який друкував публіцистичні та художні твори переважно молодих авторів, а також розгорнуті огляди подій культурно-мистецької сфери. Часопис виходив у світ протягом декількох місяців, однак устиг стати літературною платформою для багатьох українських письменників і журналістів (тут друкували свої твори Юрій Смолич, Майк Йогансен, Валер'ян Поліщук, Гео Шкурупій та ін.).

З-поміж багатьох авторів, що активно працювали в той час у жанрі літературного репортажу, дослідники виокремлюють Бориса Антоненка-Давидовича («Землею українською», «Люди й вугілля», «Збруч»), Миколу Трублаїні («Листи з далекої подорожі», «Великим Сибірським шляхом»), Олександра Полторацького та Дана Сотника («Герой нашого часу. Репортаж про Закавказзя 1929 року»), Павла Усенка, Софію Яблонську («Чар Марока», «З країни рижу та опію», «Далекі обрії»), Олеся Досвітнього («Герої світанку») та ін.

Збірки репортажів слугували фактологічними документами тогочасної доби, ставали результатами тривалих подорожей та досліджень. Зокрема, Борис Антоненко-Давидович об'їздив мало не всю Україну й максимально точно відтворив у своїх репортажах те, що бачив і переживав. Його збірка «Землею українською» вийшла друком у 1930 році і майже відразу потрапила під заборону,

а сам автор, як десятки й сотні представників української інтелектуальної еліти, надовго опинився в таборі для політв'язнів.

Ще одна авторка, чії яскраві твори того періоду тяжіють до жанру репортажу (зокрема подорожнього), – Софія Яблонська. Про її непересічний талант і творчий спадок наші сучасники донедавна майже не знали. Лише 2015 року у видавництві «Піраміда» побачила світ її збірка «Чар Марока. З країни рижу та опію. Далекі обрії», а 2016-го у видавництві «Богуславкнига» – «Книга про батька». Численні публікації цієї авторки розкидані в періодиці різних років, а фото- і відеоматеріали – по архівах Франції, де вона мешкала протягом останньої чверті життя. Репортажі Софії Яблонської стали результатом тривалих подорожей, передусім країнами Близького Сходу

Репортажистика в Україні, як і будь-які інші жанри, системно еволюціонувала. На її розвій впливали різні чинники, передусім суспільні обставини, світовий досвід, а ще – зміна літературно-мистецьких поколінь зі сповідуваними ними офіційними та неофіційними поглядами. Усе це, зрозуміло, знаходило безпосереднє віддзеркалення в літературному процесі загалом і в окремих його жанрах. Досить згадати хоча б прихід до читача збірки «Шляхи під сонцем» (2016), яка викликала хвилю нового сплеску інтересу до жанру, що з'явився переважно під впливом польської школи художнього репортажу. Поштовхом до цього стали передусім суспільно-політичні події в Україні останніх років та пошуки самими журналістами нових форматів для їхнього висвітлення.

На українському книжковому ринкові жанр літературного репортажу знову почав завойовувати собі «місце під сонцем» приблизно десятиліття тому, коли видавництво «Темпора» з ініціативи Леся Белея заснувало репортажну лінію, а вже 2012 року започатковано щорічний конкурс художнього репортажу «Самовидець». Уже наступного року з'явилася антологія «Veni, Vidi, Scripsi: Світ у масштабі українського репортажу», до якої ввійшли десять найкращих робіт (половину текстів якої присвячено Україні, половину – закордонним мандрівкам). Серед авторів були як початківці, так і відомі письменники та журналісти. Організатори заздалегідь оприлюднюють тематику конкурсу, яка стосується гострих політичних чи соціальних проблем країни. Координатором проекту є український мовознавець та письменник Лесь Белей.

До 2020 року популярність конкурсу зросла настільки, що на розгляд суддів надходило близько сотні якісних репортажів, тому замість 10 авторів в альманасі вирішено публікувати до 15-ти. З 2013 року в серії «Veni, Vidi, Scripsi» вийшло ще 6 збірок репортажів: «Veni, vidi, scripsi: Де, як і чому працюють українці» (2014) «Veni, vidi, scripsi: Історія наживо» (2015), «Veni, vidi, scripsi: Війна. Життя de facto» (2016), «Veni, vidi, scripsi: Чому я ніколи звідси не поїду» (2017), «Veni, vidi, scripsi: Покоління вільних» (2018), («Veni, vidi, scripsi: Життя у місті» (2020).

Важлива роль у розвиткові сучасного художнього репортажу в Україні належить інтернет-медіа. З-поміж причин такої ситуації самі журналісти називають, зокрема, великий обсяг матеріалу, що вимагає значної площі на шпальтах друкованих видань, а ще – відсутність сформованої загальної культури читання подібних текстів, позаяк вони потребують зосередженого та вдумливого читача. До медіа, які публікують художні репортажі, передовсім належать «The Ukrainians», «Reporters», а також «Український тиждень», «День», «Texty.org.ua», «Радіо Свобода», «Insider» «Локальна історія» та ін.

Медіапроект «The Ukrainians» стартував після Революції Гідності як журнал «про українців, ініціативу та відповідальність». Спочатку це був лише блог із розлогими інтерв'ю та красивими фото. Згодом проєкт переріс у онлайн-журнал і книжки. Сьогодні The Ukrainians Media — це незалежна медійна система, яка не лише розповідає історії успіху українців, а й активно презентує літературні репортажі, подкасти, новини, спецпроекти та освітні ініціативи. Ресурс має постійну рубрику «Репортаж», у якій до 2019 року регулярно розміщував публікації аналізованого жанру (далі цю функцію перебрало на себе окреме профільне медіа – онлайн-журнал «Reporters», що належить до The Ukrainians Media). Із 2016 р. до 2018 р. на сайті видання «The Ukrainians» розміщено понад сотню репортажів різноманітної тематики.

Наприкінці 2016 року журналісти «The Ukrainians» започаткували проєкт «Траєкторія війни» — серію репортажів про слід, який лишає в житті людей війна, навіть не уявляючи, які «глибокі, часто — болючі, але здебільшого сповнені надії історії вдасться розшукати й розповісти» [2].

З-поміж чинників впливу на розвиток нового літературно-журналістського жанру в Україні виокремлюють передусім синергійну зумовленість цього жанру, а також помітну обережність авторів у виборі тем, тоді як «іноді просто достатньо вийти за межі своєї кімнати» [1].

Переживання суспільством динамічних і непередбачуваних подій, пов'язаних з війною, спонукає журналістів не лише документувати їх, а й переосмислювати, переживати «в деталях». На жаль, у багатьох ЗМІ поки що немає достатніх можливостей для фінансування репортажної журналістики, а інколи й розуміння потреби таких матеріалів для української аудиторії.

### ***Список використаних джерел***

1. Ільченко С. Український художній репортаж: Донбас, Лаос, Стрий, Китай. URL: <https://archive.chytomo.com/uncategorized/ukraiinskij-xudozhnij-reportazh-donbas-laos-strij-kitaj>
2. Траєкторія війни: 27 репортажів про слід, який лишає в житті кожного з нас війна, що досі триває на сході. URL: <https://theukrainians.org/trayektoriya-viyny>



# СУЧАСНА АНГЛІЙСЬКА МОВА В РЕКЛАМІ

Азімова Анна

Науковий керівник – Чернелія Ірина

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

В останнє десятиліття масив рекламних публікацій стає все більш і більш значним. Рекламна діяльність виявляється з різних сторін: економічної, соціологічної, культурологічної, юридичної, психологічної, соціально-філософської, лінгвістичної та ін.

Рекламний текст являє собою приклад максимально ефективного використання мовних засобів. «Важлива вимога, що пред'являється до рекламних текстів, – максимум інформації при мінімумі слів». Нерідко в рекламі використовуються тропи. Найбільш поширені види тропів: гіпербола, літота, порівняння, епітет, анафора, анадіпложіс, антитеза, каламбур тощо.

Гіпербола – це навмисне перебільшення якостей *«the universe in your computer – всесвіт в твоєму комп'ютері»*

Рідше використовується зворотний прийом – літота, наприклад: *«a drop of joy – крапля радості»*.

Порівняння – це зіставлення двох явищ з метою пояснити одне за допомогою іншого. Наприклад: *«soft like a cloud – м'яка як хмарика»*. Іноді використовуються не порівняння, а протиставлення. Наприклад: *«melt in your mouth, not in the hands – тануть у роті, а не в руках»*. Однак ці випадки досить рідкісні.

Епітет – це слово, яке визначає предмет або дію, що підкреслює в них якусь характерну властивість, якість, *«fun and tasty – весело і смачно»*.

У літературі, присвяченій рекламі, підкреслюється, що в рекламі переважають прості речення. Вживаність простих речень пов'язана з динамічністю, експресивністю рекламного тексту, який повинен швидко і результативно сприйматися читачами, а також з впливом розмовної мови. Ефективне вживання в рекламі окличних пропозицій, які в тексті грають роль своєрідних сигналів, закликів до дії. Дієві і спонукальні конструкції, які виражають пропозицію, запрошення, переконання і тощо. Вони надають жвавість і емоційність висловленню.

Друкована реклама має в своєму розпорядженні графічні засоби: набір шрифтів, вибір кольорового фону, пунктуація. Значними є знаки оклику та питання. Результативність рекламного тексту підпорядкована вдалим поєднанням усіх складових частин тексту, а саме: звуку, зображення, способу. Водночас,

науковці вказують насамперед важливість саме вербального компонента реклами – словесного тексту.

На лексичному рівні слід виділяти вживання полісемантів, омонімів, синонімів, антонімів, паронімів, фразеологізмів, стилістично забарвленої лексики, емоційно-оцінної лексики, лексичного повтору, діалектизмів, просторічної лексики, жаргонізмів, архаїзмів, неологізмів, okazіонального словотворення, числових еквівалентів, а також термінологічної лексики.

Серед прийомів на граматичному рівні можна виділити морфологічні і синтаксичні прийоми. До морфологічних засобів відносяться використання словоскладання, зменшувально-пестливих суфіксів, форм вищого та найвищого ступенів, різноманітних часових форм дієслова, а також навмисне порушення граматичних форм. Під основними синтаксичними прийомами розуміються вживання імперативу, конструкцій заперечення, анафора, епіфора, градація, інверсія, композиційний стик, асіндетон, полісіндетон, парцеляція, риторичне питання, вигук, звернення, парні з'єднання однорідних членів, синтаксичний паралелізм, замовчування, еліпсис, хіазм.

До засобів стилістичного рівня відносяться прийоми алегорії, алюзії, антономазії, антитези, перифрази, гіперболи, каламбуру, іронії, сарказму, евфемізму, дісфемізмів, літоти, метафори, епітета, метонімії, синекдохи, порівняння, уособлення, перифрази, оксюморона, зевгми.

В якості візуального компонента розглядається метаграфеміка тексту, що включає в себе супраграфеміку (вибір шрифтових гарнітур, коштів шрифтового виділення – використання великих літер, курсив, підкреслення, розрядка, варіювання насиченості, розміру і кольору шрифту, капіталізація, факультативні лапки, мультиплікація) і топографеміку (спосіб розміщення друкованого тексту на площині). До даного параметру також відноситься використання знаків і символів в оформленні та написанні слова за допомогою елементів інших знакових систем: апострофізація, символи валюти, математичні формули.

Дієслово в англійській мові більш експресивне і змістовне, динамічне і несе основне смислове навантаження. Цим пояснюється той факт, що в англійських рекламних оголошеннях зустрічаються дієслівні форми набагато частіше, ніж цього слід було б очікувати, особливо беручи до уваги тенденцію рекламного тексту до номінативності. Дослідження показало, що найбільш вживаним як і раніше є теперішній час дійсного способу, за допомогою якого підкреслюється актуальність повідомлення. Також примітно використання форми герундія в рекламних текстах під компресійним впливом замість звичної додаткової визначальної пропозиції (прийом ненормативної граматики). В якості певної альтернативної дієслівної тенденції, і в деякому сенсі віддаючи шану номінативному характеру англомовної реклами, виступає інфінітив, як субстантивацийна форма.

Отже, метою рекламного тексту є розповідь реальним і потенційним споживачам і глядачам про той чи інший товар, послугу; впливна свідомість адресата рекламного тексту, наполегливий заклик зробити покупку. Для ефективності впливу рекламного тексту на покупця використовуються різні засоби виразності: фонетичні, лексичні, граматичні, стилістичні. В англomовних рекламних текстах читачів привертають усіма можливими способами: не лише за допомогою мови, але й графічно. Що ж до синтаксису, то в основному використовують прості та окличні речення.

### ***Список використаних джерел***

1. Бацевич Ф.С. Основи Комунікативної Лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий Центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Єфімов Л.П. Стилiстика Англiйської Мови I Дискурсивний Аналіз. Вінниця : Нова Книга, 2004. 240 с.
3. Кухаренко В.Н. Інтерпретація тексту. Вінниця : Нова Книга, 2004. 227 с.
4. Стилiстика англiйської мови. Київ : Вища Шк., 1984. 247 с.
5. Улитина Н.А. Интралингвистический анализ рекламных слоганов. VI Міжнародна конференція, присвячена пам'яті док. філол. наук, проф. В.Л.
6. Скалка. Збірник наукових праць. Одеса : Астропринт, 2009. С. 572–575.

## **ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Андрєєва Вікторія**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Для просування інформаційного продукту Національного університету біоресурсів і природокористування України можуть бути використані такі канали поширення і платформи оприлюднення:

*Академічні конференції та семінари.* Участь у наукових конференціях та семінарах забезпечить по-перше, прямий контакт зі спеціалістами з тієї або тієї галузі, по-друге, змогу представити напрацьовані дослідження широкій аудиторії. Такі технології також сприятимуть отриманню зворотного зв'язку та одержанню

конструктивних коментарів, що так само допоможе вдосконалювати наукову продукцію.

*Онлайн-платформи для наукових публікацій.* Публікація у відомих наукових журналах або на платформах (таких, як SCOPUS або Web of Science) забезпечить широку доступність підготовленого контенту для міжнародного наукового співтовариства. Ці платформи також надають індексацію та рейтингування, що може підвищити значущість підготовлених наукових студій у вченому світі.

*Соціальні мережі та академічні профілі.* Розміщення анонсів і посилань на статті в соціальних мережах, які використовують науковці (наприклад, ResearchGate або Academia.edu), неодмінно приверне увагу до відповідної аудиторії та сприятиме поширенню університетського наукового доробку серед колег.

*Електронні ресурси університету.* Публікація статей на офіційному вебсайті університету або в електронному репозитарії забезпечить доступ до наукової продукції студентів, викладачів та інших зацікавлених осіб. Це також допоможе зберігати й документувати дослідження в інституційному архіві.

*Електронні інформаційні бюлетені.* Включення статей до бюлетенів або електронних новин університету забезпечить широкій аудиторії в докладне ознайомлення з дослідженнями та досягненнями.

*Співпраця з іншими науковими установами.* Налагодження партнерських стосунків з іншими університетами або дослідницькими організаціями неодмінно сприятиме поширенню інформаційного продукту. Можна обмінюватися статтями та працювати над спільними дослідженнями, що розширить та оновить дослідницькі горизонти.

*Участь у наукових виставках та ярмарках.* Презентація інформаційного продукту на виставках та ярмарках наукової літератури може забезпечити прямий контакт зі споживачами та зацікавленими особами. Це також запорука залучення нових клієнтів.

*Пресрелізи та публікації в ЗМІ.* Розміщення пресрелізів та інших матеріалів у виданнях і на сайтах ЗМІ може привернути увагу до інформаційного продукту серед широкої аудиторії, включаючи громадськість та бізнесспільноту.

*Вебінари та онлайн-презентації.* Організація вебінарів чи онлайн-презентацій на базі університету або спеціалізованих платформ привертатиме увагу до інформаційного продукту, допомагатиме налагоджувати контакти із зацікавленими сторонами.

Канали поширення інформаційного продукту, про які йшлося, допоможуть ефективно просувати науковий контент університету, забезпечать активне поширення його серед цільової аудиторії. Вибір конкретних каналів повинен урахувати прагматичні цілі та особливості інформаційного продукту.

# ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ

**Багата Іванна**

*Науковий керівник – Чернелія Ірина*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Журналістика в умовах війни зіткнулася з новими викликами, включаючи роботу в небезпечних умовах та дотримання нових правил. В обов'язки журналіста входить збір, систематизація, відтворення та іноді презентація фактів в засобах масової інформації. В основному, це включає вибір актуальних тем, глибоке дослідження їх та підготовку матеріалів для публікації.

На сьогоднішній день українські медіакомпанії стають все більш технологічними, а технологічні компанії — все більш медійними. Інтернет став основним джерелом інформації для приблизно 60% українців, обігнавши телебачення як головне джерело новин. [1] Цей перехід підкреслює важливість адаптації медіа до цифрових платформ та розвитку стратегій для ефективної взаємодії з аудиторією в онлайн-просторі. Умови війни сприяють поширенню фейкових новин та маніпулятивних технік, які включають пропаганду та дезінформацію. Ці методи використовуються для впливу на свідомість людей та їхні рішення. З метою боротьби з цими загрозами, в Україні розроблено основні механізми, які включають формування медіаграмотності населення, висвітлення об'єктивної інформації через державні інтернет-публікації та мас-медіа, а також встановлення відповідальності за поширення фейкових новин. Для забезпечення інформаційної безпеки важливо створити заходи, які включають підвищення безпеки автоматизованих систем, навчання персоналу з питань інформаційної безпеки, радіоелектронний захист, використання захищених комп'ютерних моделей та програмного забезпечення, розвиток електронної розвідки, використання соціальних мереж для свідомого дезінформування ворога та захист систем зв'язку. Глобальні технологічні компанії, такі як Microsoft, Amazon, Google та Starlink, відіграють ключову роль у захисті України від кібератак, надаючи ресурси для підвищення кібербезпеки. [2] Ці заходи є частиною більш широких зусиль з захисту інформаційних ресурсів, які є критично важливими для безпеки військовослужбовців та держави.

В наших реаліях журналісти в зонах військових дій стикаються з викликами, пов'язаними з безпекою, доступом та точністю інформації. Закон України "Про правовий режим воєнного стану" дозволяє втручання у діяльність ЗМІ та обмеження поширення певної інформації під час війни. [3] Журналісти повинні бути готові до різних сценаріїв, включаючи можливість застрягання в небезпечних зонах, та повинні підтримувати зв'язок з військовими для отримання оновлень. Перш за все для збору інформації в зонах бойових дій журналіст має отримати

акредитацію від українських військових структур. Хоча її отримання не гарантує доступ до всіх зон. Так як військові комісаріати та урядові органи часто відмовляються надавати коментарі або інформацію, посилаючись на національну безпеку. Журналістам рекомендується дотримуватися обережності та відповідальності під час війни, забезпечувати національну безпеку, перевіряти інформацію та бути обережними при поширенні чутливої інформації.

Коли ж журналісти опиняються в зонах бойових дій, вони стикаються з безліччю етичних міркувань, в яких потрібно ретельно зважувати всі за і проти. Одним із головних етичних викликів для журналістів у цьому контексті є збереження об'єктивності, водночас передаючи серйозність і вплив конфлікту, який вони висвітлюють. Крім того, перевірка точності інформації стає першорядною, оскільки наслідки дезінформації в зоні бойових дій можуть бути жахливими. Цей процес може бути ускладнений хаосом і плутаниною, властивими конфліктним ситуаціям, що робить роль журналіста ще більш критичною у забезпеченні донесення правди. Тому сьогодні журналісти мають велику соціальну відповідальність і повинні дотримуватись шести основних стандартів: баланс думок, надійність, розділення фактів від коментарів, точність, повнота та своєчасність. В умовах війни не завжди можливо дотримуватись всього, особливо коли йдеться про швидкість подання новин та необхідність збереження національної безпеки. Етичні настанови для військових журналістів включають уникнення шкоди цивільним особам та військовому персоналу, повагу до приватності та перевірку інформації перед публікацією. Проте журналісти все ще стикаються з такими проблемами як відсутність спеціальної підготовки щодо спілкування з жертвами сексуального насильства, що свідчить про необхідність постійної підтримки та спеціальних навчальних програм для усунення цих прогалин. Для збільшення багажу знань журналісти можуть озброїтися такими ресурсами, як книги та посібники з журналістики-розслідування та журналістики даних, які надають цінну інформацію та стратегії для забезпечення їхньої безпеки під час репортажів із зон конфлікту, підкреслюючи важливість готовності та знань у навігації в небезпечних середовищах. Незважаючи на пов'язані з цим ризики, журналісти відіграють ключову роль у наданні громадськості надійної та перевіреної інформації і, наголошуючи на прозорості, підзвітності та точності у своїх репортажах.

Зрештою, журналістам варто надавати пріоритет своїй безпеці під час висвітлення конфліктів, дотримуючись основних порад і найкращих практик щодо висвітлення конфліктів і воєн, підкреслюючи важливість ретельної підготовки та дотримання протоколів безпеки в таких складних обставинах. В умовах війни право журналістів на безпеку й повагу до їхньої професії стає надзвичайно актуальним. Захист журналістів, як цивільних осіб, закріплений на міжнародному рівні, та вони мають залишатися поза участю у військових діях.

Українське законодавство визначає норми для відрядження журналістів у зони конфлікту та встановлює їхні обов'язки стосовно використання отриманої інформації. [4]

Велику роль у підтримці місцевих та регіональних медіа грає Національна спілка журналістів України (NUJU). Вона забезпечує доступність надійної інформації для людей у зонах конфлікту. Міжнародні організації, зокрема ЮНЕСКО, надають значну підтримку українським журналістам, як у вигляді невідкладної допомоги, так і у формі тренінгів. Криза підняла Україну на глобальній інформаційній карті, надаючи можливість країні відновити свою ідентичність та закріпитись як значущий гравець у світовій інформаційній сфері. [5]

Важливість ролі журналістики в суспільному житті України, особливо під час військових конфліктів, не може бути недооцінена. Ідентифіковані виклики та представлені можливості для подальшого дослідження або дій призвані не тільки застерегти, але й зміцнити інформаційний простір країни. Таким чином, розвиток журналістики і подальше вдосконалення взаємодії між медіа та державними інститутами мають вирішальне значення для збереження інформаційної безпеки та демократичних цінностей в Україні. Закладені на міжнародному та національному рівнях стандарти, а також обов'язки журналістів, адаптовані до екстремальних умов війни, підкреслюють значущість цієї професії в підтримці демократії, інформованості громадян та історичної документації.

### *Список використаних джерел*

1. Журналістика під час війни: ирослава Гонгадзе про самоцензуру та марафон. Суспільне | Новини. URL: <https://suspilne.media/culture/487876-media-pid-cas-vijni-miroslava-gongadze-pro-samocenzuru-marafon-ta-vidkritist/>

2. Світові технологічні компанії перетворили Україну на військову лабораторію штучного інтелекту. Foreign Ukraine. URL: <https://foreignukraines.com/2024/02/20/global-technology-companies-have-turned-ukraine-into-a-military-laboratory-of-artificial-intelligence/>

3. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12.05.2015 р. № 389-VIII : станом на 19 квіт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> .

4. Журналістські стандарти під час війни – Накупіло Освіта. Nakypilo Osvita. URL: <https://osvita.nakypilo.ua/zhurnalistiski-standarty-pid-chas-viyny/>

5. Сергій Томіленко: «Довготривала війна – великий виклик для журналіст. НСЖУ. URL: <https://nsju.org/novini/sergij-tomilenko-dovgotryvala-vijna-velykuj-vyklyk-dlya-zhurnalistiv-yakuj-nam-treba-dolaty/>

## ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ ПРО ВІЙНУ

Балаласва Олена

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

За даними моніторингу стану висвітлення у медіа питань щодо гендерної рівності й поширення матеріалів стереотипного або дискримінаційного характеру, українські медіа продовжують послуговуватися штампами щодо сприйняття чоловіків як воїнів, а жінок – як матерів або коханих. Поглиблення лінії поділу за ознакою статі має негативні наслідки для єдності суспільства, обороноздатності країни, самопочуття людей [3]. Високий показник спікерів-чоловіків у матеріалах за темою війни обумовлений тим, що основними коментаторами теми і є чоловіки, які обіймають керівні посади в державі. Жінки здебільшого фігурують як спонтанні героїні історій або свідки подій, особливо у репортажах із прифронтової зони. Про жінок найчастіше пишуть як про волонтерок, близьких людей загиблих бійців (партнерок, матерів, сестер) і політикинь, а про чоловіків, насамперед, як про воїнів, а також волонтерів і політиків.

Внаслідок мілітаризації суспільства та посилення традиційних цінностей, жінки як професіоналки та лідерки зникають зі шпальт українських медіа. Як зауважує директорка Інституту конструктивної журналістики та нових медіа К. Букшина, вітчизняні ЗМІ частіше транслюють чоловіче обличчя війни, ніж жіноче [1]. Проте новини – це не тільки інформація з поля бою, це й висвітлення тем гуманітарної допомоги, публічної дипломатії. Однак в таких темах жінок роблять «невидимими». Наприклад, у питаннях переговорів та міжнародної адвокації, повідомлення від жінок і про жінок губляться в інформаційному полі, як наслідок, суспільству немає з чого формувати думку про силу й масштаб жіночого лідерства в цій галузі. Експертка зазначає, що загалом у медіа дуже мало історій про жінок-лідерок. У більшості матеріалів вони фігурують як постраждалі [там само].

Ця тенденція чітко простежується не лише в українських, а й в світових медіа. Репрезентація війни в медіа показала чоловіків як активних суб'єктів, тоді як жінкам відводилася підпорядкована роль, що підкреслює їхню вразливість та ідентифікацію з традиційними ролями. Результати аналізу фотографій в міжнародній пресі показує, що, незважаючи на те, що кількісно присутність чоловіків і жінок є збалансованою, якісно війна продовжує залишатися глибоко гендерною практикою. У візуальному наративі, розміщеному на перших шпальтах міжнародної преси про війну в Україні, жінки мають високу присутність, але постають як другорядні та мовчазні персонажі, закріплені в ролях жертв, людей, яких треба захищати та оберігати.



І часто як вітчизняні, так і міжнародні медіа вдаються до моделі віктимізації українських жінок. А в медіа країни-агресора цей нарратив збагачується аргументом, що жінки втратили свою жіночність в Україні, і лише прибувши до росії, вони можуть її повернути.

Дані моніторинрів підтверджують, що в українських онлайн-медіа досі трапляються вияви лукізму, еротизації та дискримінації жінок. Найчастіше у публікаціях вдавалися до лукізму: дискримінували жінок за зовнішнім виглядом у 60%, стереотипізація траплялася у 33,3% матеріалів, об'єктивація – у 6,67% [3].

Як зауважує Т. Марценюк, в Україні, попри проблеми з сексизмом та дискримінацією – а ці проблеми є в усіх суспільствах – жінки розбудовують свою агентність, беруть активну участь у суспільно-політичних подіях, у волонтерстві, і в обороні України, зокрема і на бойових позиціях. Жінки різного віку беруть участь у різноманітних волонтерських заходах: приготуванні їжі, виготовленні одягу, ліків, захисного спорядження, допомозі вразливим особам, забезпеченні логістики, супроводі документування військових злочинів тощо. Незважаючи на поширену думку про те, що жінки просять миру і проти мілітаризації, українські жінки просять важку зброю для захисту України від Росії. Жінки вимагають ембарго на російські газ і нафту [2].

Інша крайність – героїзувати українських жінок, зокрема військовослужбовиць: вітчизняні ЗМІ люблять розповідати історії, як героїні покинули дітей, чоловіка, відмовились від чогось, не зосереджуючись на їхніх професійних якостях. Як зауважує Букшина, переселенки, які докладають зусиль, щоб забезпечити країну необхідним для перемоги, майже не стають героїнями історій вітчизняних ЗМІ (лише у 15% матеріалів), натомість піддаються стигматизації: 60% повідомлень у медіа про переселенок стосуються шеймінгу за зовнішнім виглядом, безпеки та виклики, з якими ті стикнулися. Жінки, які були змушені стати біженками, організували низку акцій протесту за кордоном, щоб привернути увагу міжнародної спільноти до важливості підтримки України, Марші матерів на підтримку українських дітей пройшли у різних містах за кордоном. Жінки організували демонстрації та виступи проти згвалтувань під час війни [1]. Марценюк зауважує, що українські жінки-біженки не хочуть поставати передусім як типові безпорадні жертви. Але виступають як ті, які натомість хочуть мати агентність – *відчуття відповідальності за свою долю та готовність брати участь у процесах, що змінюють світ на краще* [2].

Дослідники акцентують, що жінки в Україні як агенти (активні суб'єкти), створюють собі нові ролі у суспільстві, яке перебуває у стані війни. Вкрай важливо розглянути, як жінки в Україні (і ті, хто живе за кордоном як біженки) відстоюють свої права в усіх сферах життя, коли вони беруть на себе нові ролі агентів і розширюють репертуар ролей, обов'язків, прав і відповідальності, покладених на жінок в українському суспільстві.

### *Список використаних джерел*

1. Букшина К. Жінки в ЗМІ під час війни. Чим загрожує невидимість? Women to Ukraine. 2023. URL: <https://w2u.world/eksperty/zhinky-v-zmi-pid-chas-viiny-chym-zahrozhuie-nevydymist-kseniia-bukshyna-dyrektorka-institutu-konstruktyvnoi-zhurnalistyky-ta-novykh-media/>

2. Марценюк Т. Не хочуть бути жертвами: як війна змінює українських жінок і ставлення до них в Україні та світі. Радіо Свобода. 2023. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/feminizm-hender-viyna-ukrayinski-zhinky-bizhenky/>

3. Моніторинг стану висвітлення у медіа питань щодо гендерної рівності й поширення матеріалів стереотипного або дискримінаційного характеру. 2023. URL: <https://wim.org.ua/materials/monitorynh-stanu-vysvitlennia-v-onlayn-media-ta-telemarafonu-yedyni-novyny-pytan-shchodo-hendernoї-rivnosti/>

## **ФАКТИ В АНАЛІТИЧНИХ ТА ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТВОРАХ**

**Власова Олександра**

*Науковий керівник – Чумак Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Оскільки українці та і взагалі люди у всьому світі, в різних країнах, в Україні стали більше читати, цікавитися літературою, суспільство має знати більше про різні аналітичні та художньо-публіцистичні твори, тексти. Людям має бути цікаво не тільки читати книжки, а й дізнатися, як ці книжки створюються. Бо на написанні та прочитанні книжки ще нічого не закінчується. Це ціла історія, потім можна аналізувати прочитане, робити огляди, рецензії тощо. Позиційне розташування фактів усередині матеріалу можна розрізнити:

- За часовим принципом, коли факт демонструє розвиток події за великий проміжок часу;
- За принципом протиставлення;
- Групування фактів за проблематикою.

За часовим принципом найчастіше шикуються твори, де авторові необхідно подати факти в хронологічному порядку. Тут може використовуватися як пряма, так і зворотна хронологія. У першому випадку автор суворо слідує логіці розвитку події, а в другому – з'ясовує різні взаємозв'язки, що встановилися між фактами в різні проміжки часу.

**Факт** — подія, що відбулася в дійсності, певним чином зафіксована, і істинність якої може бути перевірена чи не викликає сумніву в межах дискурсу.

Усі імена та назви (географічні, установ, організацій, закладів, політичних партій, історичних подій, епох тощо) треба перевіряти за довідковими виданнями.

Текст служить засобом впливу, що має свою структуру. Ця структура залежить від багатьох факторів, зокрема від предметного змісту комунікативної мети — задуму.

Існує декілька типів структур, які допомагають читачам краще зрозуміти зв'язний текст в залежності від типу структури, вжитої автором.

Журналісти вдаються також до широкої гами засобів і стилістичних прийомів побудови заголовків. Це можуть бути вдалі вислови із тексту статті чи інтерв'ю, заголовок може будуватись на руйнуванні стійких словосполучень або їх розширенні двозначності слів тощо. У погоні за сенсацією заголовки викривлено трактують інформацію, яка наявна у тексті. Ще гірше, зокрема деякі газети, колекціонуючи певні звироднілі явища, добирають до них відповідні чорні назви.

До основних мовних засобів належать:

- емоційно-експресивна лексика (метафори, порівняння, синоніми та ін.);
- суфікси суб'єктивної оцінки (зменшено-пестливого забарвлення, зниженості);
- прості, переважно короткі речення (неповні, обірвані, односкладові);
- часте використання різноманітних, займенників, дієслів із двома префіксами (попо-, пона-, поза-);
- специфічні фразеологізми, фольклоризми, діалектизми, просторічна лексика, скорочені слова, вигуки тощо;
- заміна термінів розмовними словами (мобільний телефон — мобіла, труба; клавіатура комп'ютера — клава). [5]

До суб'єктивних засобів ми відносимо особисту волю читача.

Тематична структура охоплює весь текст і виявляється в тематичних зв'язках між фразами. Кожна наступна фраза має бути зв'язана з попереднім тематичним зв'язком.

Тематичні структури бувають однорідні й неоднорідні. Однорідною структурою називається така тематична структура, яка має одну мету, що проходить через усі фрази. Неоднорідною тематичною структурою називають таку структуру, яка має мінімум 2 теми, одна з яких може бути основною. Неоднорідна тематична структура, в якій важко виділити основну тему, називається аморфною [5]

Для розкриття теми твору важливу роль відіграють саме факти, те, яку думку, ідею вони несуть, як розташовані у тексті. Кожен факт у творі має якісну характеристику.

Основна відмінність аналітичних жанрів журналістики полягає в тому, що журналіст-аналітик не обмежується простою констатацією фактів. Він прагне аналізувати їх і зіставляти з іншими, оцінює явище, пропонує своє бачення вирішення проблеми. Тому фактичний матеріал аналітичних жанрів ширший, на відміну від інформаційних.

Найважливішим аналітичним жанром є **стаття**.

До аналітичних жанрів журналістики відносять:

- кореспонденцію,
- статтю,
- огляд,
- коментар,
- звіт,
- рецензію.

**Кореспонденція.** Жанр журналістики, який відноситься до аналітичних. У своїх нотатках і репортажах кореспонденти повідомляють про поточні ситуації і факти, а також про їх розвиток.

**Стаття.** Це жанр журналістики, в якому автор ставить завдання проаналізувати суспільні ситуації, процеси, явища, перш за все з точки зору закономірностей, що лежать в їх основі.

**Огляд.** Це аналітичний жанр, який ознайомлює читачів з найважливішими подіями життя країни, області, міста, підприємства за певний період часу.

**Коментар.** Роз'яснювальні або критичні міркування чи витлумачення певних подій і фактів громадського, наукового, культурного життя.

**Звіт.** Жанр журналістики, повідомлення, що передає предмет обговорюваних питань, характеризує мови ораторів, повідомляє про вжиті заходи та рішення.

**Рецензія.** Публікація, в якій обговорюється та оцінюється літературний чи науковий твір, театральна вистава, фільм, виставка. Рецензія оприлюднюється у пресі, на радіо чи телебаченні.

До художньо-публіцистичних жанрів належать:

- огляд,
- нарис,
- фейлетон,
- памфлет.

**Огляд.** Це жанр журналістики, який містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії

об'єктивну і цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер.

**Нарис.** Невеликий твір художньо-публіцистичного жанру, у якому зображено дійсні факти, події в житті конкретних людей.

**Фейлетон.** Сатиричний жанр художньо-публіцистичної літератури, що висміює негативні явища в суспільному житті.

**Памфлет.** Сатиричний художньо-публіцистичний жанр, в якому розвінчуються небезпечні негативні явища.

В основі художньо-публіцистичних жанрів лежать документальні факти, але визначальним стає авторське враження від факту, авторська думка. Якщо в аналітичних творах основна задача – аналіз життєвих явищ, то в художньо-публіцистичних жанрах важливіше інше: створення документального образу через ланцюг асоціативних зв'язків та образних уявлень. Відсутність назви, коли йдеться про твір аналітичний, публіцистичний, означає, що невизріла основна думка або її загалом у творі немає. Здебільшого може бути чимало варіантів заголовків. Один і той самий матеріал можна назвати по-різному. Майстерність журналіста в тому й полягає, щоб не тільки вміло оперувати фактами, а й правильно їх оцінювати, інтерпретувати, аналізувати, нарешті, знаходити між ними істотні причинно-наслідкові зв'язки.

Часто найголовнішою ознакою журналістського твору називають актуальність. Знайти хорошу тему для журналіста — означає знайти яскраву реальну ситуацію, яка або дає нове знання про проблему, що хвилює багатьох, або показує цікавий досвід її вирішення, або відкриває можливість зобразити в тексті нову, ще не усвідомлену суспільством проблему, але таку, що вже є реальною й вимагає вирішення. У журналістському творі – залежно від його конкретного призначення – використовуються факти різного пізнавального рівня. Функції факту в журналістському творі універсальні. Факт – ідея, проблема, конфлікт, аргумент, образ, деталь, узагальнення, парадокс, символ. Все різноманіття змістовних рішень в журналістиці пов'язане з фактом. Факт, будучи документальною підставою журналістського твору, виступає в тісному, органічному зв'язку з думкою, оцінкою, припущенням.

Факти відіграють важливу роль як в аналітичному творі, так і в художньо-публіцистичному творі, за допомогою них читач зрозуміє події та ідеї. Але використання може відрізнитися, в залежності від жанру та мети твору.

### *Список використаних джерел*

1. Волков А.Р. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. . Чернівці, 2001. 550 с.
2. Журналістський твір: зміст і форма, елементи і структура. URL:<https://studfile.net/preview/2265786/page:16/>

3. Ковалів Ю.І. Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т. 1 Київ: Видавничий центр «Академія», 2007. 439 с.

4. Юрченко С. Мене зачепило: як написати рецензію на книгу? URL: <https://methodwriting.com.ua/cognize/must-write/mene-zachepilo-yak-napisati-retsenziyu-na-knigu>

5. Небелиця С. Неможливо відірватися: рецензія на «9 листопада» URL: <https://ridna-mova.com/nemogливо-vidirvatisya-retsenziya-na-9-listopada-kollinguver.html>

## **ІЗ СПОСТЕРЕЖЕНЬ НАД ВЗАЄМОДІЄЮ АВТОРА Й ЧИТАЧА У ТВОРІ**

**Вовчок Костянтин**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Літературні тексти мають певне призначення і "шукають" відповідного реципієнта, – читача або слухача, – який розуміє текст і приймає його вплив. Свідоме та рефлексивне втручання автора обмежує свободу інтерпретації і тлумачення реципієнтом.

Ознаками тексту, зміст якого гармонійно співвідноситься з характеристиками художнього твору (інтеграція з культурою, авторська цінність, конструктивний вплив на читача, рекурсивність, творча надлишковість, значущість іншого для автора, вимогливість до форми), а не тексту, орієнтованого передусім на означування, є те, що текст не зосереджений насамперед на смислоутворенні. Літературні твори виникають насамперед у смисловій динаміці. Смісл оживляє широке поле асоціацій, що їх продукує ментальне життя автора. Проникаючи в загальнозрозумілу систему значень, смісл перетворює текст на унікальну й незворотну подію в житті автора:

Тексти створюють смісл як на поверхні, де він прочитується безпосередньо, так і в шарах підтексту, де його можна прочитати, доклавши певних зусиль. Автори не завжди суб'єктивно та ірраціонально проєктують своє життя на текст, але водночас свідомо, раціонально та рефлексивно виражають у тексті об'єктивну хронологію власного життя. Так, у прозі Івана Франка 19-20 століть (наприклад, "Терен в нозі", "Сойчині крила", "Як Юра Шикманюк переходив Черемош") міфічний код – це автентична організація світу і себе в цьому світі в особистому баченні письменника. Майстер слова рефлексивно і творчо формує історію свого життя, апелюючи до власного суб'єктивно-

об'єктивного часу і простору свого, тим самим наражаючи себе на неадекватне сприйняття своєї особистості читачем (для реципієнта письменник ототожнюється з образом письменника й персонажами). З іншого боку, подібна ситуація практично неможлива в українській літературі кінця 19 століття, оскільки моральний авторитет письменника був настільки великим, а його соціальна значущість робила його духовним лідером культурної спільноти.

Текст постає як складник авторської проєкції своєї душі, самоаналізу, моделювання Я-концепції, способів повноцінного втілення себе, усвідомлення єдності та розрізнення власної множинності, ретроспективного відтворення цілісності досвіду та спостереження свого егоцентричного погляду на життя. З огляду на це текст є саморозвитком життя автора. Наприклад, складний духовний світ Емілі Бронте безпосередньо втілений у романі "Грозовий перевал", трагедія якого пов'язана з порушенням принципу гармонії в людській душі. Її герої самотні, а світогляд поєднує в собі фундаментальні принципи язичництва і християнства.

Особистісні типи персонажів і форми існування (створені автором) у тексті передують життєвому й особистісному становленню читача у вигляді перспективи. У процесі активної ідентифікації літературне життя героя продовжується в долях реальних людей, якісна визначеність і варіативність яких стають рухливими типологічними контурами їхніх особистостей. Реальний світ набуває форми в літературному образі. Іншими словами, текст може замінити для автора відчужене існування, яке для інших видається правдивим, бо вкорінене в предметному світі. Уявляючи, відчуваючи й висловлюючи, автор створює власну модель реального життя, перебіг якого в текстовому вимірі повністю захоплює. Особистість автора змінюється, а письмо стає основним способом життя, іноді більш правдивим, ніж вигадана реальність. У цьому сенсі подвійне життя Панаса Мирного (шанованого чиновника і народного письменника водночас) є хрестоматійним прикладом.

Ототожнення та відокремлення художньої свідомості від реальності відбувається на різних етапах творчого процесу. Митець не лише усвідомлює суто художній рівень тексту, але й уходить у сферу загального та універсального, дистанціюючись від повсякденного. Її особистість стає узагальненою, споглядальною і теоретичною. У цій ситуації письменник ніби відмовляється від аналізу створеної ним реальності, надає їй певного стихійного розвитку, відчуваючи її опір, розчиняючись у чомусь іншому, наприклад, у фігурі оповідача чи містифікованій особистості автора. Так, для царського офіцера Юрія Федьковича найвищою моральною нормою, проголошеною в оповіданні, є гуцульський кодекс військової честі.

Основна прихована динамічна перспектива свідомості митця полягає в опосередкуванні антиномічних тенденцій, які розвиваються в суперечливих

напрямках і прагнуть до кінцевої точки, де виникають ефекти художньої творчості і власне творчий акт художньої свідомості. Письменник відступає від норм, щоб висловити свої особисті, унікальні та оригінальні думки та зобразити власну художню реальність. Цей зв'язок визначає існування літературного тексту. Саме тому особлива наративна система і стиль "Народних оповідань" Марка Вовчка народжувалися відповідно до вимог часу, і саме тому твір Івана Франка, незважаючи на його очевидну актуальність, був непротим для сприйняття. Синкретизм текстових елементів, який дозволяє усвідомити його складність і багатокомпонентність, походить як з традиційних, так і з новаторських джерел. Це, по суті, взаємопов'язаний розвиток психоемоційних структур автора та реципієнта.

Письменник утілює спільні прагнення, виражає себе і свій світ, взоруючи на природні імпульси людства. Авторське ставлення до повідомлення, авторський задум (інтенція) забезпечують вихід за межі структурних особливостей тексту і розуміння концептуальних категорій, особливо художній простір і час. З іншого боку, осквернення або ігнорування культурно-історичної репутації періоду заважає інтерпретації тексту. Не менш важливим є семіотичний аспект, який включає питання, що стосуються суб'єкта (автора тексту), реципієнта (читача) і їхньої взаємодії в акті творення. Суб'єкт (автор тексту) визначає не тільки ціліта завдання творчого процесу, але й жанр як тип художнього акту, ставлення до того, що повідомляється, аксіологічний аспект, тобто оцінку тексту або її демонстративну відсутність, емоційний акцент у композиції тексту. Адресат (читач) інтерпретує текст і продукує його непрямі та приховані смисли. Взаємодія між автором і читачем визначає ступінь образності тексту і його відповідність ідейно-тематичним аспектам, неодмінно з акцентом на тип залучення читача. Письменники можуть програмувати рецепцію, моделюючи ідеологічні та тематичні акценти. Теккерей трансформує історичне сприйняття у "Ярмарку марнославства". Роман підкреслює ідентичність для автора подій, що визначили долю Європи, та приватного життя персонажів, які в іншому випадку були б непомітними у британському житті.

Важливо зацентувати, що фундаментальною цілісністю тексту є людська особистість, або людська індивідуальність, у її конкретній духовності та суб'єктивності. Визначаючи рівень цілісності літературного твору, ми встановлюємо належність твору до історичного типу художньої свідомості та виявляємо загальну специфіку твору і його жанр як тип художньої цілісності.



# РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ БЛОГОСФЕРИ

Гамениця Анна

Науковий керівник – Степаненко Микола

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

У ХХІ столітті з'явилася багато нових професій, але блогер виділяється серед них тим, що відчутно впливає на суспільну думку. Основна особливість блогів полягає в тому, що їх може створити будь-хто, незалежно від освіти. Багато блогерів мають свою власну аудиторію.

З лютого 2022 року блогерська діяльність в Україні стала не лише засобом інформаційного звітування про події на передовій, але й потужним інструментом для мобілізації громадськості та надання допомоги потерпілим. Завдяки блогам українські блогери звертають увагу громадськості на проблеми, які можуть бути знехтувані традиційними медіа. Вони організовують благодійні акції, збирають кошти та необхідні ресурси для допомоги військовим, біженцям та тим, хто постраждав від війни. Крім того, блогери створюють безпечне й доброзичливе середовище для тих, хто шукає психологічну підтримку та спілкування у складних часах. Отже, їхня діяльність стала не тільки важливим чинником інформаційного просвітництва, але й справжньою силою для підтримки та єднання українського суспільства в умовах воєнного конфлікту.

Блог – це інформаційно наповнений щоденник, одна з форм авторського проекту. Автори блогів пишуть про те, що з ними відбувається, висловлюють свої думки з приводу тих чи інших тем, подій [1; 2]. У цікавій формі вони розповідають про речі, якими захоплені самі – про хобі, спорт, подорожі та багато іншого. Це цікаво не тільки для того, хто створює, а й для реципієнта – це втягує в певний світ, нову реальність

Блоги можуть класифікуватися за різними критеріями:

1. За авторством:
  - Особистий блог: веде одна особа, як правило, його власник.
  - «Примарний» блог: ведеться від імені чужої особи невизначеною персоною.
    - Колективний, або соціальний, блог: веде груп осіб за правилами, які визначає власник.
    - Корпоративний блог: ведуть усі співробітники однієї організації.
2. За наявністю мультимедіа:
  - Текстовий блог: основний зміст – тексти.
  - Фотоблог: основний зміст – фотографії.
  - Музичний блог: основний зміст – музичні файли.

- Подкаст і блогкастинг: основний зміст надиктовують та викладають у вигляді аудіофайлів.
  - Відеоблог: основний зміст – відеофайли.
3. За особливостями змісту:
- Контентний блог: публікує первісний авторський текст.
  - Мікроблог: дописи містять короткі щоденні новини з життя користувачів.
  - Моніторинговий блог: містить відкоментовані посилання на інші сайти чи блоги.
  - Цитатний блог: містить цитати з інших блогів.
  - Сплог: спам-блог.

Стати блогером можна як завдяки цілеспрямованій діяльності, так і завдяки популярності, яка «приходить» після певної події, наприклад участь у реаліті-шоу. Навіть селебрітіс починають вести блоги на різних платформах, щоб збільшити свою аудиторію та взаємодіяти з фанатами. Ведення влогу вимагає від автора не лише акторської майстерності, пам'яті та чіткості мови, але й навичок журналіста, сценариста, режисера, оператора й навіть художника-оформлювача. Протягом останніх років кількість професійних блогерів значно зросла, а їхні блоги стали важливим культурним та соціальним явищем.

Блогери з великою аудиторією можуть отримувати значні фінансові доходи, часто не лише за платні замітки, але і за розміщення звичайної реклами. Водночас розвиток блогосфери в Україні не обмежується лише заробітком. Вона стає місцем для обміну ідеями, розширення соціальних мереж та збільшення культурної обізнаності. Йдеться радше про те, що в майбутньому ми можемо очікувати подальшого зростання кількості блогів різної тематики та їхнього впливу на суспільство.

Розвиток блогосфери в Україні передбачає також більшу диференціацію тематик і форматів блогів. Від політичних аналітиків до кулінарів, від подорожників до фітнес-інструкторів – кожен може знайти щось для себе серед різноманітності контенту, який пропонують блогери. З уведенням нових технологій та соціальних платформ очікується і подальший розвиток блогінгу. Відеоформат займає все більше місця, оскільки він дає змогу блогерам ефективніше комунікувати з аудиторією та передавати інформацію. Крім того, з популяризацією відеоблогів та стрімінгових платформ (YouTube, Twitch, TikTok) очікується збільшення кількості медійних персоналів, які поєднують у собі риси блогерів, ведучих та телеведучих.

Можна виділити декілька аспектів, за якими блогер та журналіст будуть схожими:

1. Інформаційне представлення: як блогер, так і журналіст мають за мету надавати інформацію своїм читачам або глядачам. Вони збирають факти,

проводять дослідження та створюють контент, щоб інформувати свою аудиторію про події та теми.

2. Створення контенту: обидва займаються створенням контенту для своїх платформ. Це може бути письмовий матеріал, відео, аудіо або графічний контент.

3. Достовірність і об'єктивність: якщо говорити про професійних журналістів і блогерів, то вони зазвичай прагнуть до об'єктивності та достовірності у своїй роботі. Обидва критично ставляться до фактів та перевіряють інформацію, яку публікують.

4. Вплив на аудиторію: як блогер, так і журналіст мають здатність впливати на свою аудиторію. Вони можуть створювати зміни у свідомості громадян, а також викликати обговорення та реакцію на певні теми.

5. Соціальний контакт з аудиторією: обидва зазвичай утримують активний соціальний контакт зі своєю аудиторією через коментарі, повідомлення та інші форми взаємодії.

Блогер є породженням мережевої онлайнної інтерактивної комунікації, яка принципово відрізняється від систематизованої (інституалізованої) оффлайнної монологічної комунікації [3]. Традиційний журналіст виконував три основних функції: 1) інформування; 2) аналіз; 3) мотивація та організація дії. Інколи до цього додавалася функція розваг. Позиція блогера з'являється як наслідок ускладнення світу. Він зайнятий інформуванням у тих сферах, де традиційна журналістика не діє, не встигає реагувати або викривляє події під натиском інституалізованих влади та багатства. Блогер зайнятий не тільки аналізом у сенсі аналітики подій, він також здійснює синтез (смислів, перспектив, нового дискурсу, нових організаційних та інших ініціатив). Він також здійснює мотивацію своїх читачів на певні дії, що традиційна журналістика давно перестала робити через недовіру до неї як до джерела суб'єктності на боці громади, а не влади та багатства. Блогер часто навіть поєднує функцію розваг з інформуванням, аналізом-синтезом і мотивацією-організацією, і в цьому передусім полягає його особливість.

Отже, блогерство залишається важливим елементом сучасної культури та медіапростору, подальший його розвиток і вплив на суспільство неминучий.

### *Список використаних джерел*

1. Булгакова В. С. Байдак Т. М. Ведення блогів під час війни. Х.: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023.

2. Хто такий блогер? URL: <https://chk.dcz.gov.ua/node/7174> (дата звернення: 17.12.2022).

3. Хто такий блогер? URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5600f92b8444f/>

# СПОСОБИ ПОШИРЕННЯ РОСІЙСЬКИХ НАРАТИВІВ У ЗМІ ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З НИМИ (на прикладі українських телеканалів)

**Говорко Євгеній**

*Науковий керівник – Чумак Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Для початку варто зазначити, що ця проблематика була завжди, самого початку існування Москви як окремого міста. Тут постає питання політики дискримінації та приниження нашого простору, що є повною дискредитацією міжнародного права, на усіх рівнях його існування. Саме тому важливо аспектом є діяльність Росії на теренах нашої держави, які впроваджують внутрішні та зовнішні політичні процеси в свої дезінформаційні тези.

Варто також розглянути, та підтвердити той факт, що проплачені проросійськими медіа структурами українські журналісти є руйнівною силою проти свободи слова та вільного вираження людей, що проживають на території України, тобто вони знищують культурну спадщину нашої держави.

За цим іде політика переслідування опозиційних медіа платформ, применшення їхніх досягнень, та намагання прибрати їх з поля інформаційної арени. У цій діяльності вони є рупором впровадження та спростування реальних фактів, керуючись політикою, що не все так однозначно, цим самим руйнуючи українську базу незалежності, яка була закріплена ще до народження теперішніх популярних псевдо журналістів. Цим самим вони продукують у громадське життя подвійні стандарти, намагаючись бути водночас толерантними до усіх, а з іншого боку, спростовувати наявні геноцидні дієства, що російська федерація впроваджувала протягом 700 років на українських землях.

Саме тому є дуже важливим викорінення таких ультра модних та правих псевдо лібералістичних медійників з простору засобів масової інформації. Тому що тут є наявне порушення впливу на масову культуру свідомості, оскільки вони руйнують поняття суверенної держави, намагаючись спростувати той факт, що українці є самостійним народом.

Таким чином вони ілюструють світові, що насправді ми таки є братніми народами, однак жодного підтвердження факту цієї дійсності не виявлено в жодній ланці суспільства української держави.

# ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОЦЕСУ НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРІВ

*Горенко Оксана*

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Журналістський твір є продуктом творчої діяльності письменника, журналіста чи публіциста. Він проходячи складний процес творення, що охоплює такі основні етапи:

- 1) розуміння предмета;
- 2) створення тексту;
- 3) редагування продукowanego.

Розуміння предмета – фундаментальна процедура для всього творчого процесу. Журналістське розуміння передбачає власний набір тонкощів. Він обертається навколо ситуаційного та хронологічного підходу, неодмінно проєктуючись на прагматизм. Основним методом є оволодіння всебічними знаннями, створення фактичної основи, яка представляє об'єктивне бачення дійсності.

Ця когнітивна спроба оперта на специфічні методів, зокрема на такі:

- 1) експертиза, аналіз документів, співбесіди – максимально повно;
- 2) техніка презентації, аргументація та синтез – спорадично.

*Концепція, тема, ідея* є основоположними елементами журналістської творчості. Щоб зрозуміти це поняття, варто звернутися до категорії заміни. «Заміна» означає ретельне розташування всіх елементів і процесів, які сприяють створенню об'єкта чи явища, наприклад публіцистичного тексту в його широкому розумінні. Він охоплює визначення основних зв'язків, основних тем і переважаючих тенденцій.

У категорії заміни виділяють кілька ключових груп елементів:

- 1) гіпотетичні та фактичні описи, що становлять основу наративу, підкріплені системою фактів, аргументів і доказів.
- 2) проблемні та тематичні елементи, що охоплюють центральну тему, її підтеми та контекстне тло, репрезентуючи спектр питань або конфліктів;
- 3) ідейно-концептуальні компоненти, які відображають авторську позицію, керівні принципи, рекомендації, загальні концепції.

*Концепція* служить логічною продовженням, окреслюючи напрям: концепція, тема, ідея. Після задуму *тема* охоплює глибокі думки або їх сукупність, формуючи точку зору журналіста. *Ідея* за своєю суттю – фундаментальна основа твору, викладену в концептуальній або образній формі,

вона втілює керівний принцип, за яким твір сприймається, інтерпретується й оцінюється.

*Сюжет і композиція* є невід'ємними елементами форми. Ієрархічна послідовність замін і форм на різних рівнях передбачає:

- 1) заміну й форму в журналістському творі;
- 2) заміна та форму в номері місцевої газети;
- 3) заміну та форму в ширшому контексті чи груповій презентації.

У цьому контексті форма охоплює такі основні елементи, як:

✓ жанрові характеристики, з-поміж яких варіації, заголовки, розділи, тематичні сторінки та видання.

✓ сюжетна композиція, що проєктує розташування елементів оповіді, верстку, вибір шрифту та ілюстративне оформлення.

✓ лексико-стилістичний вибір, що охоплює мову, тон, образні вирази та характерний стиль автора.

*Сюжет*, визначений як предмет або тема, служить наративним засобом, передаючи значення через образне зображення окремих осіб або подій. Хоча журналістські наративи можуть не суворо дотримуватися звичайних структур сюжету, вони зазвичай містять такі елементи, як експозиція, розвиток, кульмінація та розв'язка, постаючи ключовими віхами історії.

*Композиція* під впливом основної ідеї передбачає гармонійне розташування компонентів для передачі узгодженості та єдності. Журналістська практика розкриває різноманітний набір композиційних прийомів, зокрема:

✓ статичні звіти, для яких характерні інформативність та об'єктивність викладу;

✓ динамічні звіти, наповнені діалогами, описами та авторськими коментарями для покращення потоку оповіді;

✓ статистичні підсумки, що поєднують фактичну інформацію з ретроспективним уявленням;

✓ ввторські коментарі чи монологи, які висловлюють особисту точку зору на події чи проблеми;

✓ пристрої обрамлення, обрамлення кожного сегменту наративу для підкреслення та зв'язності;

✓ уникнення повторюваних фраз або тем, щоб створити структурну структуру.

✓ методи інверсії, маніпулювання послідовністю оповіді для створення напруженості або поступового розкриття ідей.

За допомогою цих композиційних прийомів журналісти створюють оповіді, які залучають, інформують і спонукають до роздумів, збагачуючи розуміння читачем теми.

# ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНІ

**Гребенщиків Микита**

*Науковий керівник – Чернеля Ірина*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі люди не можуть повністю розкрити свій потенціал, адже їм звідусіль нав'язують певні ролі. Чоловіки повинні бути сильними, мужніми здобувачами. Жінки ж слабкі, ніжні берегині домашнього вогнища, що не повинні займатися «чоловічими» справами. Змалечку діти спостерігають за поведінкою своїх батьків, які забороняють дівчаткам гратися машинками, а хлопчикам одягати сукню. Навчальні програми та підручники також наповнені гендерними стереотипами. З віком забороняють працювати на роботі «не для вашої статі» та кохати людину з тією ж гендерною ідентичністю. На щастя світ прогресує і глобальні тенденції, такі як гендерна рівність, впливають на більшість сфер, що веде до змін у гендерних стереотипах.

Глобалізація сприяє розширенню доступу до освіти. З'являються освітні онлайн-платформи для жінок. Вони дають змогу здобути освіту, не виходячи з дому. Це сприяє зростанню рівня освіти жінок та їх конкурентоспроможності на ринку праці. Жінки, що здобули освіту – стають більш економічно незалежними. Це веде до участі у прийнятті рішень в сім'ї та суспільному житті. Але це не виключає дискримінацію на ринку праці. Незважаючи на позитивні зміни, жінки все ще стикаються з цим. Їм можуть платити менше за ту ж роботу, що й чоловікам. Можуть відмовити в підвищенні, оскільки вони майбутні мами і це не вигідно власникам бізнесу. Також трапляються часті сексуальні домагання з боку колег та керівництва. На щастя, кількість подібних випадків зменшується, а кількість жінок, які займають керівні посади збільшується.

Немає сумнівів, що зараз час коли інформаційний простір все частіше показують образ успішних лідерок, бізнес-леді, науковиць, спортсменок, які поєднують кар'єру та особисте життя. Це веде до руйнування стереотипів про те, що жінки не здатні на успіх у "чоловічих" сферах. Так само ЗМІ, реклама, соціальні мережі висвітлюють образ чоловіків, які поділяють домашні обов'язки та піклуються про дітей. Що веде до поступового перегляду традиційних гендерних стереотипів, де чоловік відповідає за дохід, а жінка – за домашній затишок. Рівність – це про прагнення до справедливості і поваги до людських прав.

Але не можна упускати той момент, що жінок продовжують сексуалізувати, коли чоловіків зображують більш компетентними та авторитетними. Необхідно вживати заходів для того, щоб гендерні стереотипи повністю зникли з українського інформаційного простору. В цілому, глобальні тенденції

справляються зі своєю роллю і сприяють зміні гендерних стереотипів в Україні. Це веде до більш толерантного, інклюзивного та гендерно-рівноправного суспільства.

З усього вищесказаного випливає, що боротьба з гендерними стереотипами дуже важлива в сучасному світі. Отже, необхідно вживати заходів для того, щоб глобалізація сприяла гендерній рівності. Це охоплює прийняття законів, які захищають права жінок, а також просування гендерної рівності в освіті, на роботі та в суспільстві. Гендерні стереотипи – це проблема, з якою необхідно боротися. Кожен з нас може зробити свій внесок у цю справу, змінюючи власні стереотипні уявлення та поширюючи інформацію про гендерну рівність.

## **ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ «ТВОРУ» Й «ТЕКСТУ»**

*Жуковська Діана*

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Аналіз впливу соціокультурних чинників на формування «твору» і «тексту» виявив важливість розуміння того, як оточуюча соціокультурна обстановка впливає на творчий процес та структуру тексту. Проаналізовано ключові аспекти цього впливу з огляду на різні соціокультурні контексти. З'ясовано те, що твір – це творчий продукт, результат творчого процесу, який може мати різні форми вияву, такі як літературні твори, мистецтво, музика тощо, а текст – це письмове чи усне висловлення інформації, яке може бути частиною або виразником твору (див.: [4]).

Соціокультурні чинники включають в себе всі аспекти культури та соціуму – історія, традиції, моральність, політика, економіка та інші. Ці чинники формують соціальну й культурну обстановку, в якій виникають твори та продукуються тексти. Історичні події та періоди впливають на теми, сюжети, образи та символи, що трапляються у творах. Наприклад, літературні рухи (романтизм чи реалізм) відображають соціокультурні настрої та ідеї свого часу.

Культурні цінності та традиції визначають те, що сприймається як важливе, цікаве чи актуальне для автора та його аудиторії. Наприклад, у літературі кожної країни можна виявити відображення її національних традицій та цінностей. Твори часто відображають соціальні проблеми та тенденції свого часу. Автори можуть



використовувати свої твори для висловлення певних поглядів чи закликів до дії з метою зміни соціальної ситуації.

Соціокультурний контекст впливає на мовні засоби, стиль та жанр тексту. Наприклад, термінологія, яка використовується у наукових текстах, відрізняється від мови художніх творів. Образи та символи, що використовуються в тексті, можуть мати глибокий культурний підтекст, який відображає соціокультурні цінності та уявлення. Сприйняття тексту залежить від соціокультурного контексту аудиторії. Текст може викликати різні реакції в різних соціальних груп або культурних середовищах.

Під час політичних революцій ЗМІ відображають історичний контекст, впливаючи на формування текстів. Наприклад, під час «Арабської весни» ЗМІ в Єгипті відіграли ключову роль у мобілізації суспільства та формуванні публічної думки. Під час Революції гідності в Україні в 2014 році українські ЗМІ, включаючи телебачення, радіо, газети та онлайн-портали, відіграли важливу роль у формуванні і поширенні інформації про соціальні протистояння та боротьбу за демократію в країні. Текстові матеріали, які створювались журналістами, відображали різні аспекти Революції гідності, включаючи масові протести на Майдані Незалежності в Києві, дії правоохоронних органів та владних структур, а також злочини проти мирних демонстрантів. ЗМІ зосереджували увагу на обставинах, які зумовили початок протестів, а також на вимогах активістів щодо впровадження реформ, боротьби з корупцією та підписання угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Крім того, вони залучались до викриття фактів порушень прав людини та репресій владних структур проти учасників протестів. Текстові матеріали демонстрували громадське обурення і вимагали від влади відповідальності за порушення законів і прав людини. Унаслідок цього синтезу інформації про Революцію Гідності в українському суспільстві зросла свідомість про важливість боротьби за демократію і права людини. ЗМІ відіграли ключову роль у мобілізації суспільства та формуванні публічної думки щодо подій, що відбувалися в країні під час Революції Гідності.

ЗМІ також можуть впливати на формування «твору» через відображення культурних цінностей і традицій. Наприклад, телевізійні програми про культурні події часто відображають особливості місцевої культури та традицій.

У країнах із різними політичними режимами ЗМІ можуть відображати різні культурні цінності та підходи до подання інформації. Зокрема, у демократичних країнах ЗМІ можуть акцентувати увагу на свободі слова, тоді як у авторитарних режимах можуть існувати обмеження на свободу вираження.

Журналісти мають створювати тексти, які відображають соціальні проблеми та тенденції. Наприклад, репортажі про безробіття, бідність або екологічні проблеми відображають актуальні проблеми сучасного суспільства.

ЗМІ створюють спеціалізовані програми та журнали, які відрефлексовують соціальні проблеми й тенденції в конкретних сферах, передусім таких, як охорона здоров'я, освіта чи економіка.

Отже, аналіз впливу соціокультурних чинників на формування «твору» й «тексту» в журналістиці дав змогу краще розуміти, які аспекти соціокультурного контексту впливають на створення інформаційних матеріалів та як ці матеріали сприймаються аудиторією.

### *Список використаних джерел*

1. Бондаренко І. Вплив медіатексту на читача. URL: <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/Zbirnyk-tez-2020-2021-Mediatekst-ostannij.pdf> (дата звернення 06.05.2024)

## **ОБРАЗ АВТОРА ЯК ОДНА З ФОРМ АВТОРСЬКОЇ ПРИСУТНОСТІ У ТВОРІ**

**Загоруй Анастасія**

*Науковий керівник – Семашко Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Розгортаючи книгу, читач поринає у світ, створений автором. Як не дивно, але тонкі сторінки здатні зберігати не лише текст, а й думки митця, його філософію буття, цінності та спогади. Іноді ми не замислюємося, не надаємо значення тому, що особистість автора повсякчас переслідує нас під час читання твору, однак, ми, безперечно, це відчуваємо. Винятковий мовний стиль митця, певна філософія переконання і його емоції з приводу різних подій – це величезний слід, який підтверджує авторську присутність у тексті.

Хараман Н.О. у своєму дисертаційному дослідженні «Мовний образ автора у «Щоденнику» О. Довженка» процитувала видатного вченого, який у другій половині дев'ятнадцятого століття мешкав у Франції. «Ще Еміль Геннекен, пов'язуючи своєрідність поетики твору з психологічними особливостями автора, наголошував на тому, що особистість творця обов'язково відображається в його творах: «У самому творі і тільки в ньому, – писав французький учений, – необхідно шукати вказівки тому, хто хоче вивчати особистість художника...» [3].

Отож, будь-який текст – це завжди певне віддзеркалення образу його творця. І бодай читач умисно вирішить не знати автора, який написав твір, згодом, він однаково впізнає міркування письменника, його індивідуальність і неповторне авторське розуміння світу.

Кожен з нас має свій життєвий шлях, яким провели нас люди, вчинки та наполегливість. Проте, якщо дехто закарбовує усі життєві уроки в пам'яті, записує бодай у щоденник усі почуття або міркування, то письменники нерідко відображають усі свої спостереження, тривоги або щасливі спогади саме у творах. У статті «Образ автора як текстотвірна категорія» Хараман Н.О. пише, що потік мовної свідомості відбивається в динамічній структурі тексту, його ідейно-естетичній спрямованості та відповідних мовних засобах. Текст відтворює авторську картину світу, визначаючи систему духовних цінностей письменника, його оцінку дійсності [2]. Часом знання, здобуті життєвим досвідом, стають рушійною силою у творчості митця. Тоді письменник наділяє персонажів непомітними для читачів меседжами, які не одразу можна помітити.

Павлюк І. автор відомих бестселерів «Я бачу, вас цікавить п'ятьма», «Танець недоумка» та «Білий попіл», в одному з інтерв'ю поспілкувався з ведучою ютуб-проекту «Це ніхто не буде дивитися». Емма Антонюк, авторка ютуб-каналу, запитала письменника про важливе соціальне питання, яке порушується у книзі «Я бачу, вас цікавить п'ятьма». Вона розповіла про героїню роману Надійку і про те, з якими труднощами зіткнулася дитина з ментальною інвалідністю, а також про те, як дорослі відгукуються про неї. Ведуча ютуб-проекту зауважила, що в Ілларіона Павлюка також була донька з інвалідністю, відтак, розуміє: автор відобразив багато особистого досвіду в сучасному трилері. «Це все – діалоги з мого життя» [1] – відповів письменник.

Незважаючи на те (Павлюк І. зізнається в інтерв'ю), що він навіть не намагався передати все те жахіття, яке бачив і пережив з огляду на байдужість і цинізм людей (адже тоді це вже була б книга зовсім про інше). Письменник однаково повідав історію у книзі, яка стала результатом його тернистого життєвого шляху.

Хай там що, але особистість письменника назавжди залишиться на білосніжних, хрустких сторінках книг. Навіть, якщо автор захоче погратися у хованки з читачем – йому це не вдасться. «Автор завжди живе життям свого часу, і в його творчості так чи інакше відбиваються суспільні конфлікти, ідеали, певні національні, мистецькі традиції. Образ автора пов'язаний із суспільно зумовленими, детермінованими стилеутворювальними чинниками. Досліджуючи образ автора, Криштанович О. указує на такі складники образу автора: 1) генетичні особливості особистості, талант; 2) виховання та освіта; 3) суспільні умови життя і праці; 4) ідейнотематичний вибір об'єкта опису; 5) естетичне кредо; 6) своєрідність мовленнєвої образності; 7) спосіб оповіді [2].

До прикладу, роман «Маленькі жінки», який Луїза Мей Олкотт написала за 10 днів, був створений частково зі спогадів письменниці. Одного дня, Томас Найлс, редактор видавництва «Робертс Бразерс Паблішинг», запропонував Луїзі написати історію для дівчаток. Авторка погодилась, але без особливого запалу.

Родина дівчини, як і герої книги «Маленькі жінки», пізнали, що таке бідність через філософські небилиці батька. Тому згодом Луїза Мей Олкотт так само, як і її героїня роману Джо, почала підробляти гувернанткою, компаньйонкою, а також писати розповіді-сенсації на продаж. Крім того, письменниця ніколи не була заміжня і Джо також вирішила не видавати Олкотт заміж. Проте, читачі наполягали, щоб героїня роману лишилась із сусідським хлопцем Лорі. І хоча авторка не погоджувалась із такими міркуваннями шанувальників – пізніше вона все ж таки видала Джо за професора Баєра.

Отже, Луїза Мей Олкотт буквально писала про власні спостереження, спогади та суспільні конфлікти свого часу. Прототипами для інших героїнь роману стали її сестри, що ще раз підтверджує те, як тісно історія для дівчаток пов'язана з життям авторки і її внутрішнім світом. Книга Луїзи «Маленькі жінки» – це не лише розповідь про сестер, які разом дорослішали та долали труднощі. Насамперед, це те, що можна назвати образом автора. Авторська світоглядна позиція, а також усі тривоги, сумніви, конфлікти, проблеми, життя того часу, які відчувала Луїза, авторка відобразила в історії про чотирьох юних дівчаток.

У кожного автора своя вдача, свої думки та свої переконання і читач це відчуває. Інтерес до особистості письменника та його творчості спричинив розширення меж вивчення поняття образу автора дослідниками. Можливо, ми й не здогадуємося про вік, стать або національність митця, однак кожен із нас поступово розкриває собі особистість того, хто пише. Глибина твору набуває важливості, коли автор і читач з'єднуються в єдине ціле. Ми починаємо вимальовувати в уяві авторську особистість; аналізуємо життєву позицію митця; вчимося, надихаємося, вдосконалюємося і починаємо розуміти міркування письменника. Згодом, навіть після прочитання авторської праці, ми відтворюємо у пам'яті певну постать, яка і є образом автора.

Отже, текст можна означити внутрішньою особистістю автора. Щоразу, коли ми розгортаємо книгу – естетичне бачення життя митця залучає нас до свого неповторного та захопливого світу. Усі люди різні: мають відмінні інтереси, думки та звички. Саме тому, ми захоплюємося певним автором, скуповуємо його книги та натхненно вивчаємо біографію митця. Однак, ми можемо бути байдужими до творчості інших письменників, про яких захопливо розповідають наші друзі. Можливо все через те, що наше світобачення і філософія буття не завжди співпадають із авторською думкою і його цінностями, а також із філософією образу, присутнього у творі.

### *Список використаних джерел*

1. Павлюк І. Коли «закінчиться» війна, як говорити про втрату, «Я бачу вас цікавить п'ятьма»: інтерв'ю. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=mNaMsu8zLa8> (дата звернення: 28.03.2023).

2. Образ автора як текстотвірна категорія : стаття. Електронний ресурс. Режим доступу:<https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7060/Haraman.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 2014).

3. Хараман Н.О. Мовний образ автора у «Щоденнику» О. Довженка. дис. ...кандидат філологічних наук : 10.02.01 / Національний університет імені М.П. Драгоманова Київ, 2015. 171 с.

## СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «ТЕКСТ» І «ДИСКУРС» : СУЧАСНЕ ЛІНГВІСТИЧНЕ ІНТЕРПРЕТУВАННЯ

**Задорожна Карина**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

З поняттям дискурсу тісно пов'язані дослідження в галузі лінгвістики. До 80-х років минулого століття терміни «дискурс» і «текст» часто використовували як взаємозамінні, хоч насправді вони суттєво різняться. Відсутність у деяких європейських мовах еквівалента франко-англійському термінові «discourse» спричинила їхнє сплутування. Сьогодні під «дискурсом» розуміють не просто текст, а його взаємодію із ширшими прагматичними, соціокультурними та психологічними контекстами.

Дискурс охоплює не лише слова, але й невербальні засоби, зокрема жести та міміку, які допомагають передавати повідомлення, емоції чи впливати на співрозмовника. Він утілює мовлення як цілеспрямовану діяльність, сутнісну для соціальної взаємодії та когнітивних процесів.

В інтерпретуванні дискурсу зацентровано на розгляді різноманітних «форм життя» – від репортажів і інтерв'ю до судових засідань та офіційних прийомів. Такий аналіз може здійснюватися через моделювання фреймів (стандартних ситуацій) або сценаріїв (динамічних ситуацій). Глибинне розуміння дискурсу вимагає інтеграції знань із психології, етнографії, а також соціокультурних досліджень, щоб системно розкрити те, як мовлення створюється та сприймається в певних ситуаціях. Отже, трактування дискурсу відкриває широкий простір для аналізу як вербальних, так і невербальних аспектів комунікації, підкреслюючи його значення у формуванні й вираженні людського досвіду.

Поняття дискурсу в лінгвістиці дійсно охоплює різноманітні форми комунікації і може бути потрактоване в широкому форматі. Його розглядають як окремий функціональний стиль, що фокусує в собі різноманітні види

мовлення: усне та писемне, наукове, ділове, літературне, а також специфічні види комунікації (ідеться про юридичний, судовий, медійний, кінематографічний, театральний та ін. дискурси). Кожен із них має власні характеристики та специфічні засоби мовної організації.

Що ж до корелювань між дискурсом та текстом, то справді-таки існує різноманітність поглядів у науковій літературі. Деякі теоретики розглядають текст як продукт комунікативного акту, фіксовану форму дискурсу, що вже відірвана від свого «виробництва», від безпосередніх автора та контексту. Із цієї перспективи текст є «застиглим» дискурсом, який можна розглядати та аналізувати незалежно від його походження.

Процес інтерпретації тексту може кваліфікуватися як його «реактивація» у вигляді дискурсу, коли читач або слухач уносить власні знання, досвід, емоції, формує контекстуальне розуміння. Отже, текст перетворюється на дискурс у процесі його реценції та інтерпретації. За умови усного спілкування дискурс передається безпосередньо, зберігаючи взаємодію між учасниками і їхніми контекстуальними ролями.

Розрізнення між дискурсом та текстом допомагає глибше зрозуміти, як мова функціонує в різних контекстах і як вона впливає на сприйняття, інтерпретацію та ієрархію в суспільстві. Зокрема, дискурс можна уявити як «оживлений» текст, що перманентно взаємодіє із соціальними, культурними й індивідуальними чинниками.

Уточнення понять «текст» і «дискурс» та їхнє співвіднесення з поняттями «мова» і «мовлення», про що говорив ще Фердинанд де Сосюр, відкриває цікаву перспективу для аналізу цих явищ. Учений розглядав мову (*langue*) як систему знаків і правил, які існують незалежно від їхнього використання, тоді як мовлення (*parole*) – це індивідуальне та активне використання мови, процес, у якому мовні знаки набувають конкретного значення в комунікації. У цьому ракурсі дискурс можна розглядати як мовлення в широкому контексті, а текст – як конкретну, зафіксовану маніфестацію мови.

Текст та дискурс репрезентовані такими опозиційними парами:

– Текст vs. Дискурс (аналогія мова vs. мовлення): текст – зафіксоване висловлення, що може слугувати об'єктом лінгвістичного аналізу, тоді як дискурс – динамічний процес комунікації, у якому текст набуває певного значення в контексті.

– Усність vs. Писемність: писемні тексти фіксують та зберігають на матеріальних носіях, що вможливує неодноразове звернення до них, тоді як для усного дискурсу характерна миттєвість та потреба в пам'яті для передачі інформації.

– Час створення vs. Час передавання: у дискурсі ці два аспекти збігаються або тісно пов'язані, тоді як текст часто створюють в один час, а використовують – у зовсім інший.

– Монологічність vs. Діалогічність: текст зазвичай є монологом автора, тоді як дискурсові притаманна двостороння або багатостороння інтеракція.

– Обсяг: текст може бути дуже коротким або довгим, тоді як дискурс часто передбачає протяжнішу та глибиннішу взаємодію.

– Когезія vs. Когерентність: текст має структурну когезію, виражену на рівні лексики та граматики, а дискурс вимагає дискурсивної когерентності, яка забезпечує змістовний зв'язок між окремими висловлюваннями.

– Паралінгвістичні засоби: у дискурсі можуть використовуватися додаткові засоби комунікації (жести, міміка, інтонація), що відсутні в писемному тексті.

Визначення вияскравлених характеристик, по-перше, допомагає краще зрозуміти, як мова функціонує в різних контекстах, по-друге, дає підстави для висновку про динамічний характер мовлення порівняно зі статичнішою природою тексту.

## **НОВІ ПРОЕКТИ ТА ПРОГРАМИ НА КАНАЛІ 1+1 УКРАЇНА**

**Заяць Стефанія**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

На каналі 1+1 Україна спостережено новий етап розвитку, що відкриває широкі перспективи для глядачів. У грудні 2022 року Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення змінила назву ліцензії «1+1 International» на «1+1 Україна», перетворивши телеканал на підрозділ основного телеканалу «1+1». Програмна сітка створена на основі контенту головного каналу, включаючи програми, фільми та серіали. На 22 грудня Національна рада видала тимчасовий дозвіл на трансляцію каналу «1+1 Україна» під час воєнного стану в Україні через мультиплекс МХ-2 цифрової ефірної мережі DVB-T2 на термін одного року. Телеканал розпочав ефірне мовлення 24 грудня. «1+1 International» продовжив і своє самостійне супутникове мовлення.

Завдяки різноманітним проектам та програмам телеглядачі мають змогу долучитися до перегляду цікавого контенту різного формату й напрямку. Наприклад, 3 березня о 21:00 на каналі "1+1 Україна" відбулася прем'єра першого сезону музичного проекту «Пісня мого життя», який залучив понад 40% аудиторії

країни. Щонеділі о дев'ятій вечора глядачі можуть насолоджуватися новим епізодом захопливої програми. Згідно із прийнятою концепцією учасники та лідери думок вибиратимуть пісні, які асоціюються з певними етапами їхнього життя, а сучасні українські артисти виконають ці композиції на сцені. Гості та телеглядачі матимуть завдання відгадати, чия історія прихована за кожною загадковою піснею.

У музичному проєкті «Пісня мого життя» зірки розкажуть про свої особисті ексклюзивні та вражаючі історії, які ще невідомі глядачам. Вони будуть відвертими, розкажуть про власні внутрішні переживання, про свій шлях успіхів і невдач, а також поділяться з аудиторією радіощами та болями.

Піддавшись впливу історій з програми, кожен глядач зможе знайти втіху та свій власний "звуковий слід" у власному житті. А ведуча Катерина Осадча сприяє тому, щоб учасники дотримувалися правил гри.

Високої оцінки заслуговує програма “Люди задля життя”. Спільний проєкт каналу "1+1 Україна" і Schonen розкриває історії сучасних героїв, які часто опиняються за кадром, у тіні. Глядачі дізнаються більше про висококваліфікованих фахівців своєї справи — лікарів, які рятували життя українців у важкі періоди, а також про передові методи в медицині та сфері охорони здоров'я. Schonen — це інновації для здоров'я нації. Компанія пропонує фармацевтичні товари зі швейцарським стандартом якості та забезпечує доступність інноваційних медичних рішень для всіх. Наприклад, у випускові за 27 березня 2024 року розглядалася тема “Інноваційні підходи Наталії Гейнц допомагають народжувати під час війни”. З початку війни гінеколог-акушерка Наталія Гейнц надає підтримку жінкам у скрутних ситуаціях. Під час оборони Києва її новаторські стратегії допомагали зберегти життя та здоров'я матерів і дітей.

У межах проєкту глядачі можуть очікувати відеоматеріали про українських медичних працівників, які з перших днів війни надають безкоштовну та кваліфіковану допомогу нашим захисникам, упроваджують передові технології та інноваційні методики лікування. У центрі уваги нового сюжету стала лікар-алерголог Олена Вікторівна Шарікадзе, яка проводить індивідуальну діагностику алергій у дітей віком від 6 місяців. Алергічні захворювання стали поширеними в останнє десятиріччя, але інноваційний та комплексний підхід уможливить досягнення ефективного та швидкого результату в лікуванні. Це допомагає дітям повернутися до повноцінного життя, адже здорові діти – це майбутнє нашої нації.

Важливим є військово-патріотичне токшоу “Хоробрі серця”. Глядачі матимуть нагоду переглянути серію історій про українців – як військових, так і цивільних, що виявили справжній героїзм, захищаючи Україну від російської агресії та вплинули на хід подій. Мета цього проєкту – виповісти правду про живих героїв. Під час програми військові розкриють ексклюзивні деталі битв та



поділяться раніше невиданими фотографіями й відеоматеріалами, які збереглися в їхніх особистих архівах.

Детально розглянемо наповнення ранкової програми “Сніданок з 1+1”.

### **Психологія і стосунки у "Сніданку з 1+1"**

Регулярна рубрика "Психологічні поради" в ранковому шоу "Сніданок з 1+1" на каналі "1+1 Україна", що виходить щоденно о 6:30 спільно з фахівцями з психології, має на меті надати цінні поради у відповідний момент. У житті кожного з нас виникають різноманітні особисті проблеми: конфлікти з близькими, невпевненість у собі тощо. У таких ситуаціях корисно звернутися до психолога, що допоможе знову знайти гармонію із собою та внутрішнім світом. Теми, які були розглянуті нещодавно: “Життя в телефоні: як побороти залежність від смартфона? – психотерапевт Олег Чабан”, “Цькування на роботі: що таке мобінг і куди звертатись по допомогу?”

### **Кохання з першого гав-м'яу**

Щосереди в межах ранкового проєкту "Сніданок з 1+1", що транслюється з 6:30 до 9:30 на телеканалі “1+1 Україна”, глядачі мають змогу знайти собі чотирилапого друга в рубриці "Кохання з першого гав-м'яу". Подальше надання інформації передбачає рубрику "Собача Абетка", де професійний кінолог Владислав Плахтій та майстриня команд Іра, вівчарка, навчають ваших чотирилапих друзів нових команд.

### **Краса і здоров'я у "Сніданку з 1+1"**

У рамках рубрики висвітлюються різноманітні аспекти здорового способу життя. Питання про заходи проти нежиті, профілактику цукрового діабету, здоров'я взимку, безпечне відбілювання зубів та інші аспекти здоров'я висвітлено у відповідних випусках рубрики.

В ефірі 24 березня порушено питання щодо впливу пластику на здоров'я людини. З метою отримання вичерпної інформації щодо цього питання телеканал звернувся до експерта з хімічної безпеки Дениса Павловського. Також рубрика містить поради, наприклад, “Як позбутися сухості? Правильний догляд за губами взимку”.

### **Уроки історії у "Сніданку з 1+1"**

Ця програма присвячена історія України та світу, що засвідчує її тематика: "Як Україна стала соборною?", “Переяславська рада: міфи та правда”, “Російські міфи про український Луганськ”, “Мобілізація під час Другої світової: досвід Великої Британії”.

Така динаміка має важливе значення. Вона зорієнтована на окрему людину й на суспільство загалом.

# ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОНТЕНТ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ

*Заяць Стефанія*

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Науково-технічний прогрес та стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій перетворили сучасне суспільство в інформаційне. Одночасно тенденції в розвитку медіагалузі визначає концептуально новий підхід до створення медійного вмісту. Нині його виробництво вимагає обробки великої кількості даних як джерела інформації, а пошук тем та методів їх подання постійно змінюється. З іншого боку, існує багато платформ, на яких можуть бути розміщені дані.

Сприйняття інформації на кожній платформі має свої відмінності. Нагромадження фактів із різних джерел та швидке висвітлення подій роблять ЗМІ відкритішими та соціально орієнтованішими. Мобільні технології й комунікації дають змогу не лише швидко та зручно ознайомлюватися з опублікованою інформацією, але й самостійно долучатися до публікації новин, користуючись численними інтерактивними додатками й програмами. Чіткий розподіл медійного контенту на творців і споживачів зникає, оскільки все більше людей бере участь у його створенні за допомогою блогосфери, форумів, соціальних мереж тощо.

Журналісти все менше мають однобічний контроль над ЗМІ. Правильно створений контент відповідає потребам читача, включає елементи, що привертають увагу та зацікавлення. Зараз споживачі інформації орієнтовані на швидкий перегляд новин та відштовхування від змістових і візуальних акцентів, а також заголовків, що впливає на способи їхньої інтерпретації фактів (див.: [1]).

Чимало науковців займаються дослідженням контенту. Остання конференція в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка присвячена перспективним напрямкам дослідження українського медійного контенту. Науковці ділилися своїми досягненнями, з поміж яких: інструменти для привертання уваги аудиторії (Т. Бондаренко), аналіз контенту медіаринку (В. Брадов), технології створення сторітелінгу (О. Нестеренко), тенденції новинної інтернет-журналістики (О. Градюшко), стратегічне планування на телебаченні (І. Черемних), сучасні теорії пропаганди (Т. Скотникова) та інші.

Ідеальний контент відповідає потребам аудиторії у відповідний час і у найбільш доступній та зрозумілій формі. Це означає, що в процесі створення контенту потрібно не лише зібрати факти та дані, але й розуміти потреби аудиторії, усвідомлювати принципи сприйняття інформації, а також передбачати їхню реакцію. Поняття "дані" може мати різні значення. У деяких

випадках це аналітика в певній галузі, що базується на даних (data-driven), маркетинг контенту, виявлення потенційно вірусних матеріалів і їх додаткове просування. В інших випадках дані служать сировиною для текстового, графічного контенту або відеоконтенту (див.: [2]).

Спектр даних – статистика, конкретні параметри, факти, поняття або інструкції, які подані у формі, зрозумілій для оброблення та інтерпретації; це джерело, яке використовують для створення журналістських новин. Журналісти надають перевагу відкритим даним (Open data), тобто тим, що доступні для використання та подальшого поширення без обмежень авторських прав, патентів та інших механізмів контролю. В. Іванов описує вимоги, які висунула Комісія зі свободи преси щодо даних у ЗМІ (див.: [3]), а саме:

1. Засоби масової інформації мають надавати точну та об'єктивну інформацію.
2. Масмедіа мають розглядати себе як інструмент громадської дискусії і подавати різноманітні точки зору, і протилежні також.
3. Створення «представницької картини тих груп, які репрезентують суспільство.
4. Представлення та пояснення завдань суспільства і його цінностей.
5. Забезпечення повного доступу до отриманих відомостей.

Інформаційне повідомлення в ЗМІ зазвичай базується на фактах – подіях або нових думках, що віддзеркалюють дійсність, потверджують ту й підпадає під захист авторського права. Унікальний контент, що розміщений у ЗМІ, є результатом інтелектуальної праці автора та захищений законом про авторське право і є первинним джерелом інформації. Джерелами унікального контенту можуть бути власні спостереження, архівні документи, статистичні дані, звіти організацій, офіційна інформація державних органів, а також конкретні люди, агенції копірайтингу та біржі контенту. Контент конкретного медіа повинен відповідати його особливостям та специфіці.

Телевізійний контент – це аудіовізуальна продукція, з якого формується ефірна сітка, тобто програмінг телеканалу (розклад програм), а також рекламні та анонсувальні відеоролики, іміджеві заставки телеканалу (див.: [4]).

Види телевізійного контенту також неоднорідні:

1. Інформаційний контент: новини, документальні фільми, програми з аналізом подій.
2. Розважальний контент: шоу, комедійні програми, конкурси, музичні виступи, серіали.
3. Освітній контент: програми про науку, історію, культуру, дитячі навчальні програми.
4. Спортивний контент: трансляції спортивних подій, аналітичні програми про спорт.

5. Рекламний контент: рекламні блоки та спеціальні програми-рекламні.

Особливості телевізійного контенту передбачають його візуальний аспект, звукову супровід, монтаж, сценарій, формат та технічні аспекти, які враховують телевізійні стандарти та вимоги. Також важливою особливістю є адаптація контенту до цільової аудиторії та різноманітність форматів, що дозволяють задовольняти потреби різних груп глядачів.

Отже, телевізійний контент у сучасному суспільстві є ключовим елементом інформаційного простору, який формується за новими концептуальними підходами до його створення. Завдяки науково-технічному прогресу і стрімкому розвитку інформаційних технологій споживачі отримують доступ до різноманітних видів контенту через різні платформи. Сприйняття інформації на кожній платформі має свої особливості, детерміновані як візуальними, так і контентними аспектами. З урахуванням різноманітності аудиторій і їхніх потреб ідеальний контент повинен відповідати вимогам часу та бути доступним. Важливо враховувати не лише факти та дані, але й специфіку аудиторії та її реакцію на інформацію. Навіть у телевізійному контенті, який має свої особливості у візуальному та звуковому аспектах, важливо дотримуватися принципів об'єктивності, різноманітності точок зору й доступності. Такий контент – результат інтелектуальної праці автора і має бути захищений авторським правом.

Отже, телевізійний контент у сучасному медійному просторі відображає нові тенденції у сприйнятті інформації і взаємодії з аудиторією, а також вимагає постійного оновлення.

### ***Список використаних джерел***

1. Демідова А.А., Ярова А.Б. Засоби масової інформації як “четверта неформальна гілка публічної влади”. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції “Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки” (30 жовтня 2017 р.)*. Полтава: РВВ ПДАА, 2017. 33–34 с.

2. Журналістика та медіа : довідник / В. Зігфрід Вайшенберг та ін. / пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волощенко. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.

3. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.

4. Солодовник Д. Телевізійний новинний контент: особливості візуалізації підводок. *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти: Матеріали шістнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 13–14 травня 2020 р.)* / уклад. : І. Р. Жиленко, О. Г. Ткаченко. Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 150–154.

# НАСЛІДКИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ ДЛЯ СВІТУ (МЕДІЙНА ВЕРСІЯ)

Земляной Дмитро

Науковий керівник – Степаненко Микола

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Критичним ударом для українського експорту стало блокування українських портів у Чорному морі. До повномасштабного вторгнення близько 50% загального обсягу міжнародної торгівлі України та експортувалося більше 50% вітчизняних товарів, серед яких значною часткою була агропромислова продукція. Також 80% зернових забезпечували саме морські порти. За перший місяць війни вдалося експортувати лише 200 тисяч тонн, порівняно з результатами перед повномасштабним вторгненням – 5 мільйонів тонн щомісяця. У травні 2022 був досягнутий результат у 1,7 мільйонів тонн завдяки переорієнтації на річковий та залізничний транспорт, але і цього було недостатньо, аби забезпечити потреби Європи, Азії та Африки [3].

Нам також варто поглянути на індекс продовольчих цін ФАО за 2021-2022 роки.

	A	B
1	<b>FAO Food Price Index</b>	
2	2014-2016=100	
3	Date	Food Price Index
377	2021-01	113.5
378	2021-02	116.6
379	2021-03	119.2
380	2021-04	122.1
381	2021-05	128.1
382	2021-06	125.3
383	2021-07	124.6
384	2021-08	128.0
385	2021-09	129.2
386	2021-10	133.2
387	2021-11	135.3
388	2021-12	133.7
389	2022-01	135.6
390	2022-02	141.2
391	2022-03	159.7
392	2022-04	158.4
393	2022-05	158.1
394	2022-06	154.7
395	2022-07	140.6
396	2022-08	137.6
397	2022-09	136.0
398	2022-10	135.4
399	2022-11	134.7
400	2022-12	131.8

З початком повномасштабного вторгнення індекс у лютому був 141.2, проте вже наступного місяця цей показник зріс до 159.7, тобто піднявся аж на 18.5, досягнувши рекордного максимуму за увесь час існування цього мірила. Для порівняння, між лютим та березнем 2021 року різниця у показниках лише 2.6 [6].

Через російську агресію малорозвинені країни ще більше почали потерпати від голоду, який і так їм дошкуляв, зокрема це країни Африки, Латинської

Америци та Азії. ФАО була змушена зробити прогноз на 2022 рік, згідно з яким 181 мільйон осіб з 41 країни зіткнеться з серйозною продовольчою кризою [4]. За оцінками ООН, 20 липня 2023 року з продовольчою кризою зіткнулися трохи більше очікуваної кількості, а саме 345 мільйонів людей у 82 країнах[5].

Як показав час, Європа виявилася не готовою до українських аграрних потуг. У лютому 2023 року Польща помітила, що ціни на агропродукцію впали через осідання українського зерна на її території, що спричинило зниження цін на польському ринку, а тому польські фермери отримали великі збитки, бо не змогли продати свої товари по вигідним для них розцінкам. Та сама ситуація спостерігалася в Угорщині, Словаччині, Румунії та Болгарії. Щоб захистити свій аграрний сектор, уряди цих країн заборонили імпорт українського зерна через свої кордони, зупинивши навіть транзит.

Очільники цих держав звернулися до Європейського Союзу, аби той допоміг врегулювати цю проблему. Рішенням ЄС було обмежити вільний обіг українського ріпаку, насіння соняшнику, пшениці та кукурудзи на ринках п'яти країн протягом травня-червня. Ці обмеження згодом продовжили до вересня 2023 року, хоча незадоволені держави наполягали застосувати їх до кінця року. Також фермерам цих країн ЄС виплатив компенсації: у першому пакеті Польща отримала 30 млн доларів, Болгарія – 16,7 млн, Румунія – 10 млн, загалом 56,3 млн доларів. У другому пакеті 40 млн доларів зі 100 млн отримала Польща. У 2021 році на ЄС припадало 27,7% українського агроекспорту, а у 2022 – 55,2%. У Польщі він зріс з 981 млн доларів до 2,6 млрд доларів. Це зумовило падіння цін на ринку агропродукції нашої сусідки на 40%.

Як висновок констатуємо таке: попри рішення Єврокомісії, Словаччина, Польща та Угорщина продовжила попереднє ембарго на український агроекспорт. Це змусило Україну подати позов до СОТ. Польща також додала в попередній список заборонених для експорту продуктів борошно та корми, Угорщина – два десятки продуктів, про які раніше не йшлося, зокрема м'ясо, а Словаччина просто подовжила термін дії свого попереднього списку (пор.: [1; 2]). Усі в очікуванні майбутнього.

### *Список використаних джерел*

1. Блокування кордону з Польщею: вільного руху немає на жодному пункті пропуску, уряди ведуть перемовини. *УКРІНФОРМ*. 21 лютого 2024 року. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3830033-blokuvanna-kordonu-z-polseu-na-zodnomu-punkti-propusku-nemae-vilnogo-ruhu-uradi-vedut-peremovini.html> (дата звернення: 25.02.24).

2. Недашківський В. Українське зерно розбрату: чому Польща, Словаччина й Угорщина знову вдалися до ембарго. *Finance*. 20 вересня 2023 року. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/ukrainske-zerno-rozbratu> (дата звернення: 28.01.24).

3. Мінагрополітики: Як блокування морських портів загрожує Україні та світу. *Урядовий портал*. 16 червня 2022 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minagropolitiki-yak-blokuvannya-morskih-portiv-zagrozhuje-ukrayini-ta-svitu> (дата звернення: 15.12.23).

4. Global food security reauthorization act of 2022. *Betty McCollum*. URL: <https://mccollum.house.gov/GFSA> (дата звернення: 16.12.23)

5. Mary Glantz: Russia scuttles a food supply system. *United State Institute of Piece*. 20 липня 2023 року. URL: <https://www.usip.org/russia-expands-its-war-ukraine-global-food-supplies> (дата звернення: 23.12.23).

6. World food situation. *Food and agriculture organisation of the United Nations*. URL: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/> (дата звернення: 15.12.23).

## **АВТОРСЬКА ІДЕЯ ТА КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ: МЕДІАПРОЄКТ**

**(на прикладі Національного університету біоресурсів  
і природокористування України)**

**Казмірчук Людмила**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Видавництва вищих навчальних закладів мають низку переваг порівняно з іншими книговидавцями. Невеликі колективи цих видавництв прямо взаємодіють з авторами. Організаційна та територіальна близькість видавництва до викладачів і наукових співробітників створює сприятливу творчу атмосферу й відкриває широкі можливості для розвитку інтелектуального та естетичного рівня виданої продукції. Важливо підкреслити, що науково-технічні видавництва університетів не створюються з метою особистого збагачення, але для забезпечення вчених, фахівців та студентів необхідною літературою, зокрема підручниками, методичними посібниками, курсами лекцій, збірниками наукових праць, монографіями та науковими журналами, матеріалами конференцій і т. ін.

Особливість університетського видавництва полягає також у тому, що основні накладі навчально-методичної та наукової літератури мають основного замовника – наукову бібліотеку. Взаємодія між видавництвом і бібліотекою може об'єднати та зберегти праці вчених вищих навчальних закладів на довгі роки, спростити доступ до видань викладачів для студентів, аспірантів і фахівців.

Видавнича діяльність університетів – це цілий світ інтересів авторів і читачів, редакторів, дизайнерів і поліграфістів, бібліотекарів і фахівців із комп'ютерів і т.д.

Видавнича діяльність Національного університету біоресурсів і природокористування України (НУБіП) є важливим елементом його наукової та освітньої діяльності. Цей відомий заклад освіти активно розвиває видавничу сферу, сприяючи поширенню наукової інформації, а також обміну знаннями.

У пропонованому дослідженні зроблено спробу представити авторську ідею і концепцію інформаційного продукту на прикладі Національного університету біоресурсів і природокористування України. Вона базуються на створенні медіапроекту, що відзначається своєю унікальністю та інноваційністю. Основною метою цього проекту є надання доступу до актуальної та об'єктивної інформації про наукові досягнення та активності у сфері науки та вищої освіти. Специфіка концепції полягає у створенні інформаційного продукту, що об'єднує в собі аналітичні матеріали.

Жанрова характеристика інформаційного продукту вибазувана на аналітичних статтях. Для підготовки інформаційного продукту, який включає 3 статті, була проведена аналітична робота з різних джерел. Основними джерелами інформації є:

1. Аналіз журналів НУБіП, індексованих у базі даних SCOPUS. Перша стаття базується на аналізі журналів, що видані Національним університетом біоресурсів і природокористування України і пов'язані з базою даних SCOPUS. Вона демонструє рівень відповідності цих видань науковим стандартам і важливість їхнього індексування в міжнародних наукометричних базах даних.

2. Характеристика особливостей наукових журналів категорії 'Б'. Друга стаття аналізує науковий потенціал цих видань та їхнє значення для наукової спільноти.

3. Співпраця і взаємодія: успіхи у підготовці спільних наукових видань НУБіП з іншими видавцями. Третя стаття описує успіхи Національного університету біоресурсів і природокористування України у співпраці з іншими видавцями для підготовки спільних наукових видань. Вона демонструє важливість співпраці між університетами й іншими науковими установами для розвитку наукового середовища.

Статті, про які йдеться, сприяють підвищенню рівня наукової діяльності університету, встановленню його авторитету з-поміж наукової спільноти та підтримці наукових стандартів. Вони також можуть стати предметом загального обговорення серед науковців, видавців та інших зацікавлених сторін. Унікальність нашого проекту полягає в поєднанні глибокого аналізу наукових питань із доступним та зрозумілим викладом інформації для широкої аудиторії.



# КОГЕЗІЯ І КОГЕРЕНТНІСТЬ ЯК ТЕКСТОВІ ФЕНОМЕНИ

Кичкирук Вікторія

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Когезія ґрунтується на граматичних, лексичних та семантичних зв'язках між елементами тексту. Ці зв'язки, мов невидимі нитки, переплітають слова, речення та абзаци, створюючи чітку структуру та плавний перехід думки [1].

Види когезії:

- Граматична когезія: використання таких мовних засобів, як займенники, сполучники, часові маркери, для забезпечення зв'язності між реченнями.
- Лексична когезія: застосування синонімів, антонімів, тематичних груп слів для створення зв'язку між частинами тексту.
- Семантична когезія: логічний розвиток думки, чітке формулювання причинно-наслідкових зв'язків, використання контекстних слів та фраз для забезпечення глибинного розуміння тексту.

Функції когезії:

- Структура тексту: когезія експліцитно окреслює ієрархію ідей, підпорядкування частин тексту, допомагаючи читачеві чітко сприймати інформацію.
- Моносемантичність: завдяки когезії текст стає однозначним, адже чіткі зв'язки між елементами усувають можливість неоднозначного тлумачення.
- Легкість сприйняття: текст, скріплений когезійними зв'язками, легше читати та розуміти, адже думка автора розвивається логічно, а зв'язки між частинами тексту не викликають сумнівів.

Приклади найпромовистіших засобів когезії :

- Займенники: «вона» замість повторення імені людини, «той» та «та» для позначення вже згаданих у тексті предметів.
- Сполучники: «тому що», «щоб», «адже» для пояснення причинно-наслідкових зв'язків.
- Лексичні повтори: використання одного й того ж слова або його синонімів для підкреслення важливої ідеї.
- Синонімічні заміни: заміна слів з подібним значенням для уникнення монотонності.
- Тематичні групи слів: об'єднання слів, пов'язаних із певною темою, для створення тематичної єдності.

Явище когезії – це не просто граматичні правила, а мистецтво зв'язувати слова та ідеї, створюючи чіткий, логічний та зрозумілий текст. Вона лежить в основі будь-якого якісного тексту, роблять його приємним для читання та глибоким за змістом [3].

Когеренція – це лінгвістичне явище, яке відображає логічну та семантичну послідовність між різними частинами тексту, що допомагає утримувати його структурну цілісність і зрозумілість.

Стратегічні складники когеренції:

- Лексична когеренція: відповідність між словами в тексті на основі їхнього значення. Наприклад, у реченні «Кіт пішов до лісу, де він полював на мишей», слово «він» створює лексичну когеренцію зі словом «кіт», підкреслюючи, що саме кіт полював на мишей.

- Синтаксична когеренція: відповідність у синтаксичній структурі тексту. Наприклад, у реченні «Після того, як вона закінчила читати книгу, вона вимкнула світло», слово «вона» має синтаксичну когеренцію з попереднім підметом «вона», який указує на те, що це сама особа, що закінчила читати книгу.

- Дискурсивна когеренція: відповідність у висловленні мовленнєвих одиниць на рівні дискурсові або тексту загалом. Це включає утримання теми, логічний хід думок та послідовність подій у тексті. Наприклад, у тексті про подорож дискурсивна когеренція буде забезпечена послідовністю описаних подій та деталей [2].

Вирізнені аспекти когеренції сприяють створенню зв'язку між різними частинами тексту та покращують його зрозумілість та логічність.

Отже, когерентність – це глибинний зв'язок між частинами тексту, який робить його зрозумілим, цілісним та логічним. Це те, що перетворює набір слів та речень на зв'язну розповідь, чітку аргументацію або захопливу історію.

Існує декілька ключових принципів, які роблять текст когерентним:

- Логічний розвиток думки: ідеї тексту мають бути чітко викладені та послідовно розвиватися одна з одною.

- Підтримка теми: кожне речення та абзац повинні додавати цінності та розкривати тему тексту.

- Використання причинно-наслідкових зв'язків: текст має чітко пояснювати причини та наслідки описуваних подій.

- Використання переходів: слова та фрази, які з'єднують речення і абзаци, роблять текст плавним та легким для сприйняття.

- Використання контекстуальних слів і фраз: слова та фрази, які відсилають до попередньої інформації, допомагають читачеві зрозуміти текст.

### *Список використаних джерел*

1. Оцінка когерентності україномовних текстів. URL: <https://www.wikidata.uk-ua.nina.az/>
2. Співвідношення категорій когерентності та когезії. URL: <https://docplayer.net/71364460-Kogeziya-ta-kogerentnist-yak-kategoriyi-zv-yaznogo-tekstu.html>
3. Шевчук З.О. Особливості вживання лексичної когезії. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/7450/1/Shevchuk.pdf>

## **КУЛЬТУРА ВІДЕОІГОР У ЖАНРОВО-ДИНАМІЧНІЙ ПРОЄКЦІЇ**

**Кострикін Андрій**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Відеоігри як форма розважального мистецтва здобули надзвичайну популярність в останнє десятиліття. Вони не лише стали основним дозвіллям для мільйонів гравців, але й істотно сформували сучасну культуру та вплинули на масову свідомість. Культура відеоігор репрезентована різноманітними жанровими форматами, вона динамічно розвивається, заявляючи про себе як про унікальну арену творчості та взаємодії з усім, до чого причетна людина.

Жанри відеоігор відіграють вирішальну роль у створенні та споживанні цих ігор, позаяк володіють унікальними механіками, специфічною структурою, полісюжетною запрограмованістю та цільовою аудиторією. Жанрові модифікати визначають передусім те, як гравці взаємодіють з грою, які навички вони розвивають та яке задоволення отримують від неї. Наприклад, рольові ігри (RPG) вражають глибокою історією, розвитком персонажа та складною системою виборів, тоді як шутери (FPS) акцентують на стрілянині й умінні гравця ефективно використовувати різноманітні види зброї.

Природу відеоігри досліджували знані особистості. Зокрема, Джейна МакҐонігала визнано експертом у сфері гейміфікації. Іен Богост відомий своїми працями, у яких дано вичерпну інформацію про гейміфікацію, інтерфейси відеоігор і їхній вплив на культуру. Генрі Дженкінс є автором книги «Культура конвергенції», у якій удокладнено проаналізовано взаємодію медіа та вплив відеоігор на культуру. Дуглас Рашкофф вивчає «точки перетину» технології і культури, зокрема взаємодію останньої з відеоіграми. У його роботах відображено глибоке розуміння впливу технології на сучасну культурну сцену.

Культура відеоігор формується навколо жанрового розмаїття. Гравці розвивають певні вміння та інтереси залежно від того, яким іграм віддають перевагу. Культура кіберспорту великою мірою пов'язана з жанрами стратегій та поліфункційних онлайн-боїв (МОВА), оскільки ці ігри вимагають високого рівня стратегічного мислення та командної співпраці.

Жанрова динаміка посутньо впливає на розвиток ігор та культури відеоігор. З часом вона не лише розширюється, але й перетрансформовується. Наприклад, жанр «симулятора життя» з'явився в 1980-х роках синхронно з випуском гри «SimCity», і з того часу він перетворився на різноманітні піджанри, як-от: «The Sims» та «Stardew Valley». Такий еволюційний процес засвідчує здатність відеоігор відтворювати різні аспекти життя й віддзеркалювати поступ суспільства в різних його вимірах, розширювати горизонти культури загалом. З іншого боку, динаміка жанрів ігор впливає не тільки на споживачів, але і на їхнє сприйняття довкілля. Нові жанри та ідеї відкривають гравцям нові способи взаємодії з віртуальним світом та нові перспективи для вираження своєї креативності. Наприклад, ігри в жанрі «andbox» дають змогу гравцям створювати власні світи й історії, що сприяє розвитку творчого мислення.

Відеоігри – джерелом натхнення для фільмів, музики, літератури й інших мистецьких та розважальних видів. Герої відеоігор стали своєрідними іконами попкультури, а ігрові уроки про толерантність, співпрацю та розв'язання проблем відіграють сутнісну роль у формуванні молодіжної свідомості.

Нові технології та інновації в галузі геймінгу постійно розширюють можливості гри. Віртуальна реальність (VR), штучний інтелект (AI) та інші досягнення відкривають ще не знані горизонти в ігровому досвіді. Технологія віртуальної реальності (VR) забезпечує іммерсивний та реалістичний ігровий досвід, перетворюючи спосіб взаємодії гравців із віртуальними світами. Штучний інтелект удосконалює поведінку персонажів-негравців, динамізуючи внутрішній простір гри. Ці технологічні досягнення не лише збагачують геймплей, але й впливають на культуру, яка постійно супроводжує відеоігри. Так, поява віртуальної реальності (VR) сприяла розквіту культури ентузіастів та творців VR. Це відкрило нові грані для створення унікальних досвідів у мистецтві, освіті й навіть терапії, що промовисто ілюструє те, як вплив культури відеоігор виходить за рамки розваг і розширює овиди творчого вираження та інновацій.

Взаємозв'язок динаміки жанрів тісно пов'язаний із трендами в загальній культурній картині. Наприклад, в останні роки зростає популярність ігор, які активно ставлять перед гравцями соціальні та політичні питання. Такі ігри, як «Papers, Please» і «This War of Mine», пропонують складні моральні дилеми, що спонукають до обговорення етики та соціальних питань. Це ілюструє, як відеоігри можуть субститувати медіум для вивчення та обговорення реальних проблем, сприяючи поєднанню розваг і важливого діалогу.

Культурне значення відеоігор полягає в налагодженні гармонії між галуззю відеоігор та іншими формами розваги. Задовільною нормою стають відеоігрові адаптації популярних фільмів, телесеріалів і книг, а це все системно відрефлексовує тісний взаємозв'язок між відеоіграми та традиційними медіа. Така динаміка спричиняє те, що нові аудиторії знайомляться з грою, а фанати цих франшиз насолоджуються глибиннішим зануренням у їхній світ.

Отже, культура відеоігор є важливим складником сучасного соціуму. Її постійний розвиток охоплює насамперед жанрово-динамічну проєкцію. Жанри визначають взаємодію гравців із грою, формують їхні навички, впливають на будь-яких користувачів і суспільство загалом. Динаміка жанрів розкриває нові перспективи в розвої культури відеоігор та її взаємодії з масовою свідомістю.

## **ЗАРОДЖЕННЯ ВОЄННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Курганевич Йордана**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Воєнна журналістика – це жанр журналістики, який безпосередньо висвітлює бойові та конфліктні події, – війни, релігійні та етнічні зіткнення та контртерористичні операції. Крім того, цей жанр дозволяє висвітлити політику держави щодо ЗМІ під час бойових дій. На гарячі точки відправляються навчені фахівці. Воєнний журналіст – це цивільний або військовий журналіст, який висвітлює хід бойових дій .

Становленням воєнної журналістики вважають виникнення комунікаційних технологій. Досить рано значення військових повідомлень усвідомив Олександр Македонський. У походах його супроводжували спеціально навчені люди, які фіксували його військові успіхи й увічнювали їх в історії. Ситуація змінилася з винаходом 1450 року друкарського верстата, що дозволило сповіщати широку публіку про події на війні. Однією з перших таких згадок було взяття острова Лесбос французькими і венеціанськими військами. Для газет війни стали основним сюжетом. Також одними з перших згадок про воєнну журналістику можна вважати праці давньогрецьких та римських істориків ( Геродот, Ксенофонт, Юлій Цезар та Тит Лівій). Вони описували військові події, битви та роль воїнів, роблячи акцент на героїзмі та патріотизмі.

У книзі “Воєнний кореспондент. Самопожертва і жертва в сучасному світі” польська дослідниця М. Годальська пише, що слово “Перемога!”, яке вимовив грецький воїн, що пробіг 42 км від Марафону до Афін, – це найкоротша воєнна

кореспонденція. У такому разі Мільтіад чи Філіпід (так звали воїна, бо М. Годальська чомусь вважає його безіменним) – перший воєнний кореспондент (хоча він і воював), який загинув уже після битви. Очевидно, що роль воєнних кореспондентів виконували не гінці з поля бою, а радше полководці. На думку М. Годальської, на особливу увагу заслуговують наповнені гіперболою повідомлення Наполеона. Проте вже на початку ХІХ ст. власники газет почали посилати в зони бойових дій своїх кореспондентів, але не журналістів. Вони могли знати військову справу і вояцьке ремесло, але, зазвичай, їм не вистачало журналістської інтуїції (якщо оцінювати з погляду сучасності – вміння опинитися в потрібний час у потрібному місці). Інформація з поля бою потрапляла на сторінки газет зі значним запізненням – йшлося не про дні, а про тижні і навіть місяці. Ситуація змінилася, коли інформаційні агентства й газети почали використовувати телеграф.

Переломним моментом в історії воєнних кореспондентів М. Годальська вважає Кримську кампанію 1854–1856 рр. Якщо раніше редакції газет посилали до театру воєнних дій колишнього військового, то тепер редакція газети “Times” послала цивільного – В. Г. Рассела. Він не лише описував перебіг воєнних подій, а й жахливі умови, в яких помирали поранені британські вояки. Саме в роки Першої світової війни слово “пропаганда” почало набувати негативного значення, цього слова уникали. Про силу пропаганди свідчать і крах Російської імперії – російські більшовики виступили з лозунгом поразки Росії в цій війні (це був чи не єдиний приклад такої поведінки серед європейських соціал-демократичних партій), вони розклали російську армію.

Перша світова війна, з одного боку, провела чітку межу між працею воєнного журналіста і воєнного пропагандиста, а з іншого, довела, що й воєнний кореспондент, зазвичай, не може стояти осторонь зовнішньополітичної діяльності уряду своєї держави, не може бути нейтральним до ворога своєї держави. Далі розпочинається інша, системна, історія, яка неодмінно орієнтувалася на ту минувшину, що її викладено в пропонованому дослідженні.

## **АВТОРСЬКА СТОРІНКА В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ**

**Литвин Олександр**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Авторська сторінка українських ЗМІ є не лише набором текстів чи фотографій, але й унікальним відображенням особистості та ідентичності автора

в цифровому просторі. У сучасному інформаційному середовищі, насиченому величезною кількістю контенту, вона стає ключовим елементом, що дає змогу виділитися кому-небудь серед конкурентів та залучати до активної діяльності аудиторію.

Авторська сторінка формується на основі індивідуального стилю, підходу та особистості автора. Наприклад, журналіст-блогер може спілкуватися з аудиторією в інформальному тоні, що створює певну злагоду між автором і читачами. Варто відзначити, що авторська сторінка допомагає встановити емоційний зв'язок з аудиторією, а це є ключовим для налагодження модусів лояльності та відтінення контенту від конкурентів.

Проаналізуємо приклад авторської інтернет-сторінки. Сергій Рахманінов, відомий журналіст та блогер, у своєму блозі на платформі "Українська правда" активно використовує таку сторінку для вираження власних поглядів і коментування актуальних подій. Його стиль легко впізнати за гострими коментарями та глибоким аналізом, що вигідно виявляє цього майстра пера з-поміж інших журналістів. Багато читачів саме через вирізнений особистісний підхід обирають платформу Рахманінова для отримання новин та аналітики.

Авторська сторінка стає надійним підмурком для вираження авторської позиції. Наприклад, український політичний аналітик Олег Романенко у своєму блозі на "Цензор.НЕТ" активно коментує політичні події та ділиться з аудиторією аналітичними дослідженнями. Його авторська сторінка стала цінним ресурсом для тих, хто цікавиться політичним життям України.

Авторська сторінка в українському інтернет-просторі, зрештою, постає як важливий інструмент «побудови» взаємодії між автором та аудиторією, що підсилює довіру та лояльність читачів. Це не лише засіб вираження особистих поглядів і позиції, але й своєрідна маркерна відзнака, яка ідентифікує контент різних авторів, сприяє визнанню їхньої експертності та формує імідж інтернет-медіа загалом. Досліджувана сторінка системно відрефлексована не лише в текстовому контенті, але й у відеоматеріалах, аудіоподкастах, фотографіях тощо. Важливою є консистентність стилю та підходу до створення контенту, що сприяє процесові маркування та залучення аудиторії. Приклади:

Ольга Кузьменко – "Українська правда": Ольга Кузьменко, відома журналістка та коментаторка, активно використовує авторську сторінку для аналізу політичних подій в Україні. Її стиль відзначається високою аналітичністю та деталізацією подій. Зокрема, в аналітичних матеріалах вона часто наводить статистичні дані та покликається на експертні дослідження, що робить її контент авторитетним серед аудиторії.

Богдан Чабан – "Цензор.НЕТ": Богдан Чабан, відомий політичний аналітик, своїми аналітичними блоками на "Цензор.НЕТ" активно коментує сучасні політичні події в Україні та світі. Він вирізняється своєрідним стилем та

глибоким розумінням політичного ландшафту, часто аналізує реакції політичних лідерів на суспільні події і розвиток політичної ситуації в країні.

Авторська сторінка стає не тільки майданчиком для вираження особистих поглядів та експертної думки, але й місцем, де формується образ автора як професійного й авторитетного медійного експерта. Це сприяє не лише залученню нової аудиторії, а й підтримці та збереженню вже чинної.

Розуміння і формування авторської сторінки в українських інтернет ЗМІ базується на різних теоретичних підходах, які враховують різноманітні аспекти особистості автора та його взаємодії з аудиторією. Ідеться передусім про такі:

**Психологічний підхід:** розглядають формування авторської сторінки через призму особистісних характеристик та індивідуальних особливостей автора, вивчають вплив характеру, досвіду, емоційної сприйнятливості та інших факторів на створення унікального стилю і підходу до продукування контенту.

**Соціальний підхід:** акцентують увагу на взаємодії між автором та аудиторією, досліджують, як автор взаємодіє зі своєю аудиторією, як вона сприймає та реагує на його контент, та як цей рецептивний механізм впливає на формування його авторської сторінки.

**Комунікативний підхід:** розглядають авторську сторінку як результат комунікаційного процесу між автором та аудиторією, вивчають, як автор використовує різні мовні засоби й комунікаційні стратегії для вираження своїх ідей, сприйняття та реакції на власний контент.

**Журналістський підхід:** зосереджують зусилля на професійних стандартах і етиці журналістики в контексті формування авторської сторінки, використовують навички та знання професії для створення високоякісного й достовірного контенту, що підвищує авторитет журналістів серед аудиторії.

**Маркетинговий підхід:** розглядають авторську сторінку як засіб підвищення впізнаваності та популярності автора, використовують стратегії маркетингу для просування особистого бренду автора та привертання уваги аудиторії.

**Культурологічний підхід:** досліджують вплив культурних та соціокультурних чинників на формування авторської сторінки, вивчають, як культурні цінності, традиції і стереотипи впливають на сприйняття авторського контенту і його взаємодію з аудиторією.

**Психолінгвістичний підхід:** досліджують використання мовних засобів у формуванні авторської сторінки (лексичного складу, синтаксичних конструкцій, стилістичних особливостей та мовленнєвих стратегій).

Вирізані підходи спільно допомагають розкрити широкий спектр аспектів формування авторської сторінки в українських ЗМІ.



# СОЦІОКУЛЬТУРНА КОНСОЛІДАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

**Махонюк Єлізавета**

*Науковий керівник – Семашко Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Криза класичних політичних ідеологій актуалізувала питання про роль культури в суспільній консолідації та про її вплив на соціальний розвиток. Соціальна політика дедалі більше зосереджується на «точкових впливах», а державний вплив на культурне життя зменшується. Стрімке зростання глобалізаційних процесів поставило на порядок денний питання винайдення способів безконфліктного існування соціокультурного розмаїття. Визнання культури ключовим чинником людського розвитку має спонукати держави до переосмислення уявлень про культуру, її суспільну роль, а відтак – і про культурну політику та політику ідентичності. В Україні таке переосмислення відбувалося здебільшого в гуманітаристиці, а в державній політиці тривалий час віддавали перевагу інерційному намагання зберегти успадковане культурне надбання [1].

Уявлення про культуру як активний чинник і ресурс людського розвитку визначає головні пріоритети для культурної політики: підтримка креативності, забезпечення доступу до надбань культури, збереження культурної спадщини. Потрібна активна державна підтримка самоорганізаційних ініціатив у культурі. Нова культурна політика має враховувати ступінь культурного розмаїття в суспільстві та уникати політики уодноманітнення. Соціалізація людини має відбуватися шляхом засвоювання і адаптації поведінкових зразків відповідно до умов її життя. Вона має бути здатна не просто відтворювати, а й критично розвивати задані способи сприйняття і оцінювання світу.

Відмінності між соціокультурними компетенціями представників різних соціальних позицій позначаються на відмінностях й у класифікаціях та інтерпретаціях світу. Узгодження цінностей та інтересів має стати ціннісно-смісловим підґрунтям для «суспільної угоди» між громадянами [1]. Досягнення компромісу щодо цінностей та інтересів повинно супроводжуватися визначенням кола осіб, належних до спільноти, та відокремленням їх від інших спільнот. Примноження соціокультурної та політичної складності є додатковим викликом для актуальної демократичної політики. Поглиблення фрагментації та плюралізації соціального порядку потребують принаймні уточнення поняття «культурне різноманіття».

Сьогодні привертає особливу увагу феномен соціальної нерівності. Соціальний вимір соціальної нерівності безпосередньо стосується нерівності у

соціальних можливостях, що виникли з відмінностей у специфічних та соціально зумовлених ресурсах і практиках. Одним із інституційних чинників закріплення соціокультурних нерівностей залишається система освіти, особливо вищої. Соціокультурна консолідація буде неможливою без соціальної сегментації, нових соціокультурних відмінностей.

Соціокультурна консолідація України ускладнюється історією перебування різних її регіонів у складі різних країн. Східний і південний регіони перебувають під впливом російської, а західні регіони – під впливом європейської культурної гравітації. Регіональні ідентичності, заґрунтовані на соціокультурних відмінностях, є чинником політичної мобілізації. Необхідно усунути відгомони міжрегіонального політичного протистояння. Центральні регіони України є простором, в якому «згасають» зовнішні впливи [1]. Зауважимо, що сьогодні соціокультурний простір України не є остаточно сформованим. Відтак, необхідно винайти спосіб облаштування суспільного життя, що уможливив би збереження державного суверенітету і цілісності країни. У здійсненні соціокультурної консолідації України має враховуватися історико-культурна диференціація регіонів. Не менш проблемним є розв'язання мовної ситуації в Україні, навколо якої вже тривалий час точаться жваві дискусії. Попри те, що вживання російської мови поступово зменшується як у повсякденному житті, так і в мас-медійному просторі, вона й надалі залишається найпоширенішою у низці регіонів України.

Отже, у критичні моменти суспільного життя відбувається спрощення культурного життя та мобілізація навколо спільних цінностей і символів. Однак наявні соціокультурні розмежування можуть перетворюватися на розмежування політико-ідеологічного ґатунку, подовжуючи руйнівну політизацію ідентичностей. Держава повинна запобігти тому, щоб соціокультурне розмаїття перетворювалося на привід для реалізації політики гомогенізації соціокультурного середовища. Подібна спроба встановлення нової культурної гегемонії була б перешкодою для розвитку української культури, яка живиться наявним розмаїттям, сприяючи суспільній консолідації. Тому успішна консолідація українського суспільства має виходити із визнання і публічної репрезентації його культурного розмаїття.

### **Список використаних джерел**

1. Україна: шлях до консолідації суспільства: національна доповідь / ред. кол.: С.І. Пирожков, Ю.П. Богуцький, Е.М. Лібанова, О.М. Майборода та ін.; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. Київ : НАН України, 2017. 336 с.

# ЧЕРЕЗ МІЖКУЛЬТУРНУ КОМУНІКАЦІЮ ДО ДОСЯГНЕННЯ СПІЛЬНОЇ МЕТИ

**Мацібура Вадим**

*Науковий керівник – Семашко Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі питання міжкультурної комунікації є дуже актуальним. Ми знаємо країни, які за рахунок популяризації своєї культури, вивели себе на високий рівень у міжнародній співпраці. Цими питання має опікуватись держава, але трапляються випадки, коли певні явища суттєво впливають на цей процес. Таким є феномен письменників-емігрантів ХХ століття.

До сьогодні як у нас у країні так і за кордоном нема відповідного рівня розуміння феномену письменників-емігрантів. Спостережено, що за кордоном нікуди не дівається уявлення про «велику російську культуру» і провінційну українську. Хоча зараз ми бачимо позитивні зрушення і багато ентузіастів, які, так би мовити, просвітлюють західну аудиторію щодо нашої культури, і показують якою неймовірною спадщиною ми володіємо, попри постійні намагання Росії знищити українську культуру загалом. Цей процес відбувався і раніше. Зокрема друга хвиля еміграції, яка принесла значні літературні твори та атмосферу живого літературного процесу. Наприклад, діяльність у 1920-1930 рр. у країнах Європи Празької школи. Її представниками були відомі громадсько-політичні й культурні діячі – Євген Маланюк, Олена Теліга, Олег Ольжич, Антін Павлюк. До «пражан» зараховують також Юрія Липу та Юрія Клена, проте вони взагалі в Чехословаччині не проживали. Підґрунтям для створення Празької школи та подальшого формування ідейних течій в емігрантській літературі, стала публіцистична та літературна діяльність колишніх військових армії Української Народної Республіки та Української Галицької Армії, інтернованих у таборах Чехословаччини та Польщі в першій половині 1920-х. Доречно пригадати літературно-мистецьке товариство «Веселка», створене в польському таборі для інтернованих у м. Каліш, до складу якого входили Євген Маланюк, Антін Павлюк, Василь Блакитний [3].

Наступна хвиля українських письменників-емігрантів була спричинена Другою світовою війною. Завдяки свободі самовираження в еміграції з'явилося багато оригінальних літературних творів, які продовжували модерністську традицію, обірвану в УРСР політичними репресіями. У 1945-1948 рр. українські письменники Улас Самчук, Іван Майстренко, Віктор Петров, Іван Багряний, Володимир Державин, Юрій Косач, Юрій Шерех (Шевельов) та інші, які в основному проживали в таборах «Ді-Пі» у Німеччині в місті Фюрт, що недалеко від Нюрнберга, об'єдналися в організацію МУР (Мистецький український рух).

Головою МУРу став Улас Самчук, відомий своїми романами «Марія», «Волинь», «На твердій землі» [4].

Перша хвиля української еміграції на межі XIX-XX ст. вважається трудовою, тож вона представлена скромними літературними набутками, що з'явилися переважно в США й Канаді. Зокрема, це жанр заробітчанських та емігрантських народних пісень, які дійшли до нас у збірниках Володимира Гнатюка, Філарета Колесси та інших фольклористів [5]. Основним мотивом поезії була мрія про обов'язкове повернення в рідний край із потом і кров'ю заробленими грішми («Ой Канадо, Канадочко, яка ти зрадлива / Ані грошей, ні здоров'я, лиш голова сива»; «Ой сходив я Америку уздовж і впоперек: / Не зміняв би Коломию за сорок Америк»). Серед українських емігрантів першої хвилі був письменник Мирослав Ірчан, який згодом повірив у радянську пропаганду, переїхав у Наддніпрянську Україну й поповнив когорту письменників «розстріляного відродження» [4].

Перебуваючи за кордоном письменники-емігранти висвітлювали злочини радянського союзу, їхні твори перекладалися різними мовами, наприклад, романи Івана Багряного «Сад Гетсиманський» і «Тигролови». Іван Багряний є також правдивим істориком України, адже в лихі роки розквіту радянської ідеології досліджувати феномен «Зеленого клину», аналізувати карально-репресивну систему імперії СРСР, Голодомору-геноциду 1932-1933 рр. проти українства чи розкривати справжню мотивацію боротьби дивізії СС «Галичина» було подвигом. А він мав сміливість писати на ці заборонені теми та доносити правду про Україну всьому світу [1, с. 44]. Творчий доробок письменників-емігрантів став трагічною правдою про життя нашої нації за часів тоталітарного режиму. З 259 українських письменників, які друкувалися в тридцятих роках XX століття, у 1938 році залишилось тільки 36 – багатьох розстріляли і лише невеликій кількості письменників вдалося виїхати за кордон.

До сьогодні дискусійним залишається питання щодо зараховування у «емігрантську літературу» всього того, що було написано за кордоном. Так, наприклад, Іван Багряний та Улас Самчук були творцями суто української літератури, хоч і написаної в еміграції. Вони відчували себе українцями, які тимчасово вимушені жити на чужині, в екзилі [2]. Сказане засвідчує зацікавленість і різносторонність означеної теми, а тому варто заохочувати суспільство до розуміння, чи то переосмислення таких питань.

Отже, через творчу діяльність українських письменників-емігрантів відбувався процес міжкультурної комунікації. Культуру України зміг побачити світ і це допомогло зберегти частину культурної спадщини українців. Також наші земляки співпрацювали з закордонними колегами, що уможливило висновок: комунікація може допомогти нам налагодити співпрацю з людьми з різних культур для досягнення спільних цілей.

### *Список використаних джерел*

1. Двірна К. Національно-патріотичні мотиви в житті та творчості Івана Багряного. *Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі*. 2023. С. 34.
2. Кочубей Ю.М. Письменники-мігранти й збереження ідентичності. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/2273328.html>
3. Ніколаєва Т. «Українські письменники-емігранти». Електронний ресурс. Режим доступу: [//day.kyiv.ua/article/kultura/ukrayinski-pysmennyky-emihranty](http://day.kyiv.ua/article/kultura/ukrayinski-pysmennyky-emihranty)
4. Слоньовська О.В. Українська література. Рівень стандарту. 11 клас.
5. Еміграційна література ХХ століття. Бібліотека української літератури. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ukrclassic.com.ua/katalog/teoriya-literaturi/2722-emigratsijna-literatura-xx-stolittya>

## **ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ РОБОТИ**

*Миронець Катерина*

*Науковий керівник – Чумак Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Дослідження та збір інформації є одними з найважливіших аспектів журналістської роботи, оскільки вони формують основу для подальшого аналізу та викладення фактів у публікаціях. Ефективне дослідження та збір інформації дозволяють журналістам створювати об'єктивні, достовірні та цікаві матеріали. Першим кроком у цьому процесі є визначення теми або сюжету, який планується охопити.

Після цього журналісти здійснюють пошук інформації, використовуючи різноманітні джерела, такі як архіви, бази даних, інтерв'ю з експертами та свідками подій, а також відкриті джерела в Інтернеті. Під час дослідження журналісти важливо використовувати критичне мислення та аналітичні навички для оцінки достовірності та об'єктивності інформації, а також для виявлення можливих протиріч та підозрілих джерел. Крім того, вони повинні враховувати етичні норми та принципи журналістики під час збору та обробки інформації..

Після завершення дослідження та збору інформації журналісти переходять до аналізу та обробки отриманих даних, а також до написання матеріалу. Важливо пам'ятати, що якість дослідження та збір інформації безпосередньо впливає на якість та достовірність публікації, тому ці етапи вимагають особливої уваги та ретельності з боку журналістів. Після збору інформації журналісти зазвичай переходять до аналізу та інтерпретації отриманих даних. Цей процес включає у

себе виявлення ключових тем, трендів або закономірностей, які можуть бути важливими для подальшого розуміння та викладення суті сюжету.

Крім того, під час дослідження та збору інформації журналісти часто використовують різні методи перевірки фактів, перевіряючи їх на основі додаткових джерел або відомостей. Це дозволяє підтвердити достовірність інформації та уникнути поширення міфів чи неперевірених чуток. Важливо враховувати контекст інформації та уникати її спотворення чи викривлення. Це може включати в себе аналіз різних точок зору, історичних фактів або соціокультурного контексту, щоб надати аудиторії повну картину подій або явища.

У підсумку, дослідження та збір інформації є важливими етапами журналістської роботи, які допомагають забезпечити об'єктивність, достовірність та цікавість матеріалу. Ці процеси вимагають від журналістів високої професійної майстерності та вміння працювати з різноманітною інформацією з різних джерел.

Оцінка об'єктивності інформації є ключовим етапом журналістської роботи, де враховуються джерела інформації, балансованість подачі, перевірка фактів та контекстуалізація даних. Цей процес допомагає забезпечити нейтральне та достовірне представлення фактів, уникаючи впливу особистих поглядів чи інтересів журналіста. Журналісти пильно перевіряють джерела інформації, підтверджують факти та враховують контекст, забезпечуючи об'єктивність матеріалу для своєї аудиторії.

Робота з джерелами та фактчекінг є важливими етапами журналістської діяльності, спрямованими на забезпечення об'єктивності та достовірності інформації. Перш ніж використовувати джерело, журналісти перевіряють його достовірність та авторитетність. Вони аналізують репутацію джерела, перевіряють його історію та завдання, та оцінюють, наскільки воно є незалежним та об'єктивним. Крім того, важливо враховувати можливі конфлікти інтересів, що можуть впливати на об'єктивність інформації.

Фактчекінг – це процес перевірки фактів та даних, поданих в матеріалі, з метою підтвердження їх достовірності та точності. Журналісти перевіряють інформацію у різних джерелах, перевіряють її з додатковими джерелами та експертами, та переконуються, що вона відповідає реальності. Цей процес допомагає уникнути поширення міфів та неправдивих тверджень, а також забезпечує високу якість журналістських матеріалів.

У підсумку, робота з джерелами та фактчекінг є невід'ємною частиною професійної практики журналіста, яка допомагає забезпечити об'єктивність, достовірність та високу якість журналістських матеріалів. Фактчекінг – це невід'ємна складова сучасної журналістської практики, яка використовується для перевірки достовірності інформації, що надходить до громадськості. Цей метод передбачає ретельний аналіз і перевірку фактів, використання різноманітних джерел та критичне мислення.

Журналіст, який здійснює фактчекінг, повинен мати не лише технічні навички пошуку інформації в мережі, але й здатність критично оцінювати її джерела та перевіряти їх достовірність. У сучасному світі, насиченому інформацією, вміння проводити фактчекінг стає все важливішим для того, щоб уникнути поширення фейкових новин та зберегти довіру аудиторії. Тому ця компетенція стає необхідною для кожного журналіста, що прагне створювати якісний та достовірний контент.

Фактчекінг, у своїй суті, виступає як новаторський варіант журналістського дослідження, зближуючись з класичним розслідуванням за загальною структурою, що має кілька ключових елементів:

- Цільовий об'єкт аналізу чи розслідування;
- Доказова база, що підтримує висновки;
- Посилання на авторитетні джерела;
- Експертні коментарі;
- Логічний висновок або вердикт [39].

У порівнянні з іншими формами журналістського розслідування, фактчекінг має свої унікальні концепції. Найбільш важливою відмінністю є повна відмова від використання неофіційних джерел інформації, заснована на принципах об'єктивності та достовірності.

Фактчекери використовують лише офіційні джерела інформації, як місцеві, так і міжнародні, а також дані від державних та міжнародних організацій. Експертні оцінки включаються до доказової бази лише у випадках, коли вони підкріплені документальними свідченнями і інформацією з відкритих джерел.

Висновок чи вердикт має чітку формулювання та критерії, щоб уникнути суб'єктивності. Українська версія фактчекінгу використовує три основні вердикти: «правда», «напівправда», «брехня».

Отже, структура та концепції фактчекінгу спрямовані на:

- мінімізацію суб'єктивності;
- попередження маніпулювання доказовою базою;
- уникнення упередженості при формуванні висновків;
- запобігання звинуваченням.

Успішне інтерв'ю вимагає вміння створити атмосферу довіри та впевненості у співрозмовника. Це може бути досягнуто початковими легкими запитаннями, що поступово переходять у більш складні та провокативні. Наприклад, Ларрі Кінг, відомий американський коментатор, радить розпочинати бесіду невимушено, а завершувати рішуче. Його вміння створювати контраст у запитаннях часто призводило до несподіваних відповідей від героїв його інтерв'ю .

Сутність інтерв'ю полягає не лише в передачі інформації, а й у вмінні створити відкритий та довірчий простір для спілкування, де можуть виявитися нові аспекти особистості або погляди. Роль інтерв'ю у журналістській діяльності

є надзвичайно важливою та різноманітною. Цей жанр не лише дозволяє журналістам отримувати цінну інформацію від ключових осіб у суспільстві, але й є ефективним інструментом висвітлення різних точок зору на актуальні теми, створюючи більш повну картину подій.

По-перше, інтерв'ю дозволяє журналістам глибше зануритися у тему чи проблему, отримати експертну думку та аналіз від фахівців у відповідній галузі. Це дозволяє надати аудиторії більш об'єктивну та збалансовану інформацію. По-друге, через інтерв'ю журналісти можуть дати голос людям, які відчуються нечутними чи недостатньо представленими у мас-медіа. Вони можуть висловлювати свої думки, досвід та переживання, що сприяє більш глибокому розумінню проблеми або ситуації. По-третє, інтерв'ю дозволяє журналістам впливати на громадську думку, висвітлюючи важливі проблеми та пропонуючи можливі шляхи їх вирішення. Вони можуть піднімати актуальні питання, розкривати корупційні схеми, викривати недоліки у роботі влади чи компаній.

Таким чином, інтерв'ю відіграє ключову роль у формуванні інформаційного простору, розвитку демократії і свободи слова. Воно допомагає збагатити дискусію, залучити увагу до важливих проблем та сприяє розвитку громадянського суспільства. Такий підхід дозволяє збагатити спілкування ексклюзивною інформацією та зробити інтерв'ю цікавішим для аудиторії.

### *Список використаних джерел*

1. Антонова О.Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки. Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка. 2012. С. 14–41.
2. Бартків О.С. Формування креативності майбутніх фахівців в умовах університету. Розділ IV Професійна освіта. 2012. №8. С. 91–94.
3. Бондар Т.О. Освітні інструменти для розвитку критичного і креативного мислення в умовах інформаційного суспільства. Філософські обрії. 2019. Вип.42. С.133–137.
4. Булка Н.І. Креативність і соціальна компетентність. Практична психологія та соціальна робота. 2021. № 10. С. 46–49.
5. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. 2016. 238 с.
6. Лизанчук В. Якою має бути парадигма журналістської творчості в Україні? Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2015. Вип. 40. С. 218-234.



# ОБРАЗ ТВОРУ В КУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

**Мінін Сергій**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Релігійні та міфологічні уявлення мають значний вплив на формування образів у свідомості й суспільстві. Вони відображаються в культурних нормах, традиціях, мистецтві та літературі, формуючи наше розуміння світу та себе.

По-перше, релігійні образи та символи часто виступають як ключові компоненти в культурній спадщині суспільства. Релігійні тексти, міфи й легенди репрезентують образи божеств, святих, ангелів та демонів, які впливають на наше моральне та етичне уявлення, а також наші цінності й переконання. По-друге, міфологічні образи часто відображають колективні архетипи, які притаманні всьому людству. Наприклад, образи героїв, ворогів та мудреців, які знаходимо у міфології, віддзеркалюють універсальні аспекти людського досвіду та прагнень. Крім того, релігійні й міфологічні образи можуть впливати на наші уявлення про самого себе та наше місце у світі. Вони здатні надавати нам рамки для розуміння реального життя, його мети та значення. Отже, вплив релігійних та міфологічних уявлень на формування образів є надзвичайно важливим для нашої культури та суспільства. Вони допомагають зрозуміти світ навколо нас, наші власні історії та ідеали й відіграють ключову роль у формуванні нашої ідентичності та світогляду.

Крім того, релігійні та міфологічні образи часто використовуються для передачі моральних та етичних норм у суспільстві. Вони можуть служити як приклади правильної поведінки або навпаки – як попередження про наслідки непослуху. Ці образи сутнісно впливають на формування наших цінностей та рішень у повсякденному житті. Також важливо відзначити, що релігійні й міфологічні образи можуть бути джерелом великого натхнення для мистецтва, літератури та культури загалом. Вони надихають творців на створення шедеврів, відображаючи унікальність та глибину людського досвіду. Наприклад, у літературі й мистецтві ми часто з натрапляємо на образи архетипів, які мають своє коріння в релігійних або міфологічних переказах. Ці образи можуть мати сильний емоційний та символічний заряд, що додає їм вагомості, значення в очах реципієнтів. Отже, релігійні та міфологічні уявлення глибоко впливають на формування образів у нашій свідомості та культурі. Вони визначають наші уявлення про світ, себе та наше місце в ньому, а також служать джерелом натхнення і важливим джерелом культурного багатства.

Дослідження релігійних та міфологічних образів дозволяє також краще зрозуміти еволюцію людського мислення і світосприйняття протягом історії.

Вони відображають колективні уявлення про походження світу, його природу та роль людини в ньому, що створює можливість для вивчення культурних і цивілізаційних змін у часі. Вивчення впливу релігійних та міфологічних уявлень на формування образів є важливим аспектом культурологічних та антропологічних досліджень. Вони сприяють розумінню різноманітності культурних і релігійних традицій, а також виявленню спільних та універсальних аспектів людського досвіду.

Образи у літературі та мистецтві можуть також слугувати як засіб формування та зміни суспільних стереотипів та уявлень. Шляхом створення відмінних або альтернативних образів персонажів, ситуацій та подій, творці можуть впливати на перегляд певних аспектів життя і суспільства. Такі образи викликають у глядачів чи читачів нові думки, спонукають до саморефлексії та переосмислення власних переконань. Літературні й мистецькі образи – важливий елемент культурного діалогу та розвитку, що іманентно закладений у їхній здатності об'єктивувати, критикувати, формувати та змінювати суспільні цінності й ідеали. Варто наголосити на тому, що образи в сучасному світі важливі як для формування політичних поглядів та переконань, так і для визначення культурних й ідеологічних тенденцій. Вони є потужним інструментом у руках політиків, активістів та культурних діячів для впливу на суспільне свідомість і формування громадянської свідомості.

## **ЕТАПИ ПРОЦЕСУ НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ**

**Мордавченко Олександра**

*Науковий керівник – Чумак Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У насиченому інформацією світі, де новини з'являються щомиті, роль журналістики стає дедалі важливішою. Журналісти не просто оповідачі, вони сторожі правди, розкривають складні теми, кидають виклик владі та дають голос безголосим. Коли ми говоримо про журналістику, то маємо на увазі результат особистої творчої діяльності, який легально поширюється через колективні структури і відтворює дійсність, щоб дати суспільству право знати чи принаймні отримувати вичерпну, хоч і суперечливу інформацію.

Будь-який творчий процес починається зі збору інформації, пов'язаної з власним життєвим досвідом, попередниками та роботами давніх колег. Розуміння реальності є необхідною умовою для будь-якого виду творчості, але це

відбувається по-різному в різних видах творчості. У журналістиці також чітко простежується ступінчастість творчої діяльності: вона постає як об'єднання двох відносно самостійних частин – етапу отримання та збирання інформації та етапу текстотворення.

Тому багато вчених розглядають початковий етап журналістської творчості як специфічний вид пізнавальної діяльності, тобто конкретний об'єкт пізнання: реальну ситуацію в контексті ширшої проблеми.

Створення журналістського твору завжди визначається декількома взаємозалежними процесами, зокрема пошуком і генеруванням матеріалу для майбутньої публікації, формуванням і розвитком ідеї конкретного твору і, нарешті, її визначенням. На цих етапах вирішуються проблеми, пов'язані з вибором об'єкта майбутньої думки, збиранням життєвих вражень, а також організацією майбутнього матеріалу та його теоретичним спрямуванням що зрештою позначається на всій подальшій роботі журналіста по реалізації задуму конкретного твору.

Народження журналістської теми завжди пов'язане з творчим пошуком, який усвідомлює свою важливість і важливість для суспільства, спостерігаючи за всіма змінами в різних сферах життя людей, зрештою, з чітким визначенням кола життєвих явищ або питань, що вимагають розкриття. При цьому тема — це і предмет опису конкретної ситуації, узятій у відношенні до масштабної проблеми і під певним кутом зору.

Насамперед слід сказати, що, працюючи в межах певної теми, журналіст мусить весь час її вивчати, поглиблювати свої знання з певної галузі життя, ознайомлюватися з новинками літератури й періодики, бувати в бібліотеках, знати правила бібліографічного пошуку, звертатися до необхідних джерел у разі потреби. Без роботи з книжкою, журналом, газетою не мислимий сучасний журналіст.

Принцип роботи журналіста з документами та джерелами — неупередженість. Вона не повинна підтверджувати будь-які упереджені думки в них, а, навпаки, повинна базувати концепцію на задокументованих фактах. Бувають випадки, коли навіть після завершення формування концепції виникає нова реальність, яка руйнує концепцію. Тоді не слід відкидати нову неприємну реальність, а саму штучну концепцію слід переглянути та пояснити.

Майстерність журналіста вимірюється, серед іншого, тим, наскільки глибоко він може зрозуміти джерельну базу майбутньої роботи, використати її та зробити необхідні посилання на документи в самому тексті. що буде вагомими аргументами та переконанням читача про слушність позиції автора.

Нарешті, є такі сфери журналістики, де знання документів і джерел є обов'язковим, домінує в матеріалі. Такими є, наприклад, виступи на історичні теми, кримінальна хроніка.

Працюючи над будь-яким матеріалом для ОМІ, журналіст повинен поцікавитися наявністю документів та джерел щодо цього матеріалу. У багатьох випадках їх знання є першим кроком до розуміння матеріалу. Це коли мова йде про розслідування конкретного промислового об'єкта, будівництва, розгляду скарги.

Журналістика ґрунтується на збиранні інформації з різних джерел, таких як спостереження, вивчення документів та інтерв'ю. Важливо, щоб журналісти використовували етичні методи та перевіряли отримані дані. Робота журналіста також включає спілкування з людьми, роботу з листами читачів, використання нових технологій та дотримання етичних принципів.

Наступним етапом роботи журналіста є аналіз інформації. У журналістиці аналіз вимагає типу репортажів, які виходять за рамки основних питань про те, хто, що, коли і де є предметом новин. Це передбачає більш детальне вивчення та тлумачення фактів, щоб дати читачам або глядачам розуміння, контекст і розуміння основних проблем або наслідків конкретної події чи розвитку подій.

Права громадян України на отримання правдивої інформації захищені національним законодавством. Так, стаття 302 Цивільного кодексу України говорить: «Фізична особа має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію». Але людина, яка розширює інформацію, повинна переконатися, що вона справжня. Однак у законі немає засобів для перевірки цього. Таким чином, кожен, хто споживає інформацію, повинен самостійно підбати про те, щоб не стати жертвою маніпуляцій, які опрацьовуються засобами масової інформації.

Якими б важливими не були всі етапи творчого процесу від зародження задуму до обдумування і систематизації зібраного матеріалу, як би багато не важили продумування, "заготовки" для майбутнього твору, обов'язково настає момент, коли автор залишається сам на сам з чистим папером, дисплеєм комп'ютера чи перед мікрофоном, телекамерою. У його голові роїться чимало фактів, епізодів, думок. Але як про все це сказати просто, переконливо, цікаво? Ще недавно, під час збору інформації, розмови з людьми, згадування різних моментів все видавалося простішим.

Добре, коли журналіст навчиться працювати, незважаючи на несприятливу обстановку. Таким чином, умови роботи в засобах масової інформації, особливо в газетах, радіо та телебаченні, обмежують період творчої інкубації. Доводиться працювати в гаморі, посеред ночі, у поїзді чи літаку, бути виснаженим і виснаженим. Дефіцит часу та постійний поспіх негативно впливають на самопочуття журналіста. Досвід показує, що журналісти завжди намагаються зосередитися під час обґрунтованих виступів. Це можуть бути вихідні, або у вас може бути власна кухня в нічний час.

Вищезазначений час звільнення також максимально скорочується. Потрібні

вольові зусилля та здатність примусити себе працювати постійно, а не лише коли хочеться. Літератор, а тим паче журналіст, не може бути без постійного самоздолання та вольових зусиль. Страждання викликають натхнення. Нездатність автора змусити себе працювати в будь-яких умовах і ситуаціях призвела до невиконання багатьох літературних задумів.

Дуже багато залежить від літературних здібностей. Як правило, важка самотійна практика ускладнення швидкого і прогресуючого розвитку. Щоб писати добре та виконати легко, потрібно писати якомога більше і старанніше. Щоб легко писати, потрібно розвинути в собі «здатність мислити пером». Ця легкість означає заміну виробленого вміння, без особливих труднощів викласти думку на папері чи в мікрофоні.

Важливим етапом є редагування тексту. Перечитайте кожне речення окремо, виділяючи його курсором або відокремлюючи від тексту порожніми рядками. Таким чином ви можете помітити шкідливі синтаксичні помилки, непослідовність речень, подвійну-потрійну підрядність тощо. Якщо речення настільки довге, що ви не можете зрозуміти його в цілому, це тривожний дзвінок: скоротіть його або розбийте на кілька частин.

Важливо зазначити, що вивчення та розуміння етапів процесу написання журналістського твору є надзвичайно важливим для професійної діяльності журналіста. Це дає змогу йому писати цікаві, інформативні та якісні тексти, які здатні зацікавити читачів та досягти поставлених цілей.

### *Список використаних джерел*

1. Бондарчук, О. В. (2022). Журналістика: нові виклики та можливості. Збірник наукових праць Івано-Франківського національного університету імені Івана Франка. Серія: Журналістика, 62(2), 3-10. URL: [https://chmnu.edu.ua/general\\_information/](https://chmnu.edu.ua/general_information/)
2. Глущенко, О. В. (2017). Сучасні методи та технології журналістики. Збірник наукових праць Національного університету "Київський національний університет імені Тараса Шевченка". Інститут журналістики, (124), 133-142. URL: <https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/navchalno-metodychna-robota.html>
3. "Пошук і збір інформації" (n.d.). Київський національний університет імені Тараса Шевченка. URL: <https://www.iir.edu.ua/>
4. "Як редагувати власний текст" (n.d.). PrintStore. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/incopy/using/editing-text.html>
5. "Журналістика: нові виклики та можливості" (n.d.). Освіта.ua. URL: <https://osvita.ua/vnz/guide/search-17-0-0-48-0.html>

## ПРОЯВИ ФЕМІНІЗМУ В СЕРЕДНЬОВІЧЧІ

Морозова Єлизавета

Науковий керівник – Чернеля Ірина

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Фемінізм – соціальна теорія і критика патріархату як несправедливого суспільного устрою та рух, який підвищив статус жінок у більшості суспільств.

У середні віки, хоча поняття фемінізму в сучасному розумінні не існувало, різноманітні прояви боротьби за права та гідність жінки все ще можна побачити. На складність і різноманітність цих проявів впливають історичні умови, соціокультурні традиції та релігійні вірування.

Літературні твори та образи жіночої сили: у середньовічній літературі можна знайти образи сильних і незалежних жінок, які боролися проти стереотипів і соціальних обмежень того часу. Приклади цього образу можна знайти в любовних романах, баладах та інших літературних жанрах.

Релігійні рухи та ідея рівності: Деякі релігійні рухи в середньовіччі, такі як катаризм або Орден Богородиці, підтримували ідею, що всі люди, включаючи жінок, рівні перед Богом. Ці рухи підкреслювали важливість духовної та моральної сили жінки та кидали виклик суспільним умовам щодо ролі жінки.

Протести та опір соціальним обмеженням: Середньовічна історія містить приклади жінок, які протестували та чинили опір соціальним обмеженням. Приклади включають боротьбу за право на освіту, участь у сімейних справах і протест проти соціальної дискримінації.

Утворення жіночих гільдій і спілок: у деяких регіонах у середні віки жінки об'єднувалися, створюючи гільдії та спілки для захисту своїх прав та інтересів у ремеслах, торгівлі та інших сферах діяльності. Ці асоціації дали жінкам можливість діяти як єдина сила проти соціальних обмежень і несправедливості.

Ці уявлення демонструють, що уявлення про жіночу рівність, силу та гідність існували в середньовічному суспільстві навіть у контексті глибоких соціокультурних та релігійних обмежень. Хоча слово «фемінізм» відсутнє в сучасній термінології, середньовічні уявлення про боротьбу за права жінок стали важливим етапом у формуванні сучасних концепцій гендерної рівності та справедливості.

Таким чином, вивчення історії фемінізму у Середньовіччі допомагає краще зрозуміти походження та еволюцію гендерної боротьби і підтримки рівноправ'я у сучасному суспільстві.

# ПЛАГІАТ У ЗМІ ЯК СУЧАСНА СОЦІОКОМУНІКАТИВНА ПРОБЛЕМА

**Моспан Анастасія**

*Науковий керівник – Пироговська Віра*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Стаття 50 Закону України «Про авторське право і суміжні права» визначає плагіат як оприлюднення (опублікування), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору [1]. У великому тлумачному словнику сучасної української мови терміну «плагіат» надане більш широке визначення: «привласнення авторства на чужий твір науки, літератури, мистецтва або на чуже відкриття, винахід чи раціоналізаторську пропозицію, а також використання у свої працях чужого твору без посилання на автора» [3].

Проблема плагіату має багатовікову історію (понад 2 тис. років) і нині також є досить поширеним видом порушення прав інтелектуальної власності. З розвитком інформаційного суспільства плагіат в сьогоденних умовах набуває все більших масштабів. На теперішні час це одна з найактуальніших тем у багатьох сферах життя людей, особливо у творчій галузі. Наразі проблема плагіату, запобігання йому та боротьби з ним, а також формування суспільної думки стосовно цього явища, зокрема його проявів у засобах масової інформації, постала дуже гостро.

Плагіат є явищем, яке має соціально-комунікаційну природу. Активний прояв його в усіх сферах життєдіяльності суспільства є закономірним наслідком соціального розвитку суспільства, що призвело до появи нових суспільних відносин, інститутів, норм і цінностей [5]. Найбільша його кількість відбувається у щоденному процесі створення, передачі інформації, обміну нею, зокрема і у засобах масової інформації – в пресі, на радіо, телебаченні, інформагентствах, Інтернет-ЗМІ. Особливого поширення плагіат в ЗМІ отримав з розвитком Інтернет-журналістики та онлайн-масмедіа. Сучасна людина щодня проводить значну кількість свого часу, споживаючи масмедіа, адже там можна знайти відповіді на всі запитання, безліч корисної інформації, розважальний контент, цікаві заняття для проведення дозвілля, заняття саморозвитком тощо. Для переважної більшості людей сьогодні інтернет є соціальною нормою, засобом комунікації та обміну інформації, інструментом для роботи, навчання, майданчиком для розвитку бізнесу, купівлі товарів і послуг та інше.

Найбільш уразливими до плагіату є творча діяльність людини, причому плагіат охоплює різні види творчого процесу, і передусім ті з них, які так чи інакше пов'язані із засобами масової інформації – пресою, радіомовленням і телебаченням, кінематографом, електронними інформаційними системами тощо.

В наш час вміти орієнтуватися у великій кількості інформації дуже важливо. Адже при її відкритості та загальнодоступності у творця виникає спокуса використати, запозичити, а точніше, сплагіатити чийсь думку чи ідею. Запозичення чужого контенту: тексту, зображення, графіки, фотопродукції, аудіо- та відеоматеріалів, дизайну медійного проєкту, програми сьогодні стало поширеним явищем. Причому в творчій сфері таких випадків безліч – у літературі, музиці, мистецтві, кіно, хореографії, фотомистецтві, журналістиці, дизайні тощо.

Зазначені види діяльності не є вичерпними. Вони перебувають у постійному розвитку, народжуються нові форми, прийоми, виникають нові способи об'єктивного вираження духовного багатства людини. Робота людей у цій сфері вимагає постійної творчості, нових ідей, досліджень, натхнення, пошуку чогось особливого. Адже твір – це результат творчої праці автора, комплекс ідей, образів, поглядів тощо.

Творчість – складний процес, який зумовлюється індивідуальними здібностями творця, метою, яку він перед собою поставив, умовами, за яких він творить та іншими факторами. Творчість породжує щось якісно нове і таке, що відрізняється неповторністю, оригінальністю та унікальністю. Але творчість – це не лінійний сталий процес, у ньому бувають підйоми, спади, періоди затишшя, вигорання. І творча криза теж не виняток, адже людина – не механізм і не може увесь час бути піднесеною, натхненною, креативною. Бувають періоди, коли змусити себе зробити щось продуктивне дуже складно, особливо коли це стосується творчості.

Тому проблема створення оригінального журналістського твору, захист власного твору від плагіату, уникнення ненавмисного привласнення чужих результатів інтелектуальної творчої діяльності є однією з актуальних соціокомунікативних проблем сучасної сфери творчої діяльності, засобів масової інформації [2]. Окрім того, одним із основних завдань в епоху інформаційного суспільства є науково-теоретична розробка дієвих способів запобігання, виявлення та боротьби із плагіатом у ЗМІ. Важливим є, передусім, соціально-комунікаційний підхід до цієї проблеми, який передбачає аналіз явищ у контексті взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей та засобів масової інформації.

Проблема плагіату у ЗМІ досить багатогранна. Її аспекти можуть перебувати у центрі дослідження різних наукових галузей: права, інформаційних технологій, філології, філософії, психології. Ця проблема – не тільки журналістська, колективна чи індивідуальна, моральна, а й проблема конкурентної боротьби, економічної вигоди, формування державної політики щодо ЗМІ [4].

Загалом нагальну проблему порушення авторських прав в ЗМІ треба вирішувати комплексно на всіх рівнях. Важливим є заповнення прогалин в



законодавстві України, які не дають можливості реально захистити інтелектуальні права, створивши дієву юридичну основу для врегулювання цієї проблеми. Вагомими могли б стати дослідження у визначенні чинників, які сприяють поширенню плагіату, необхідності знаходження ефективних способів захисту прав інтелектуальної власності від плагіату. Відповідному правовому регулюванню може передувати дослідження та узагальнення міжнародного досвіду, особливо щодо організації діяльності засобів масової інформації в мережі інтернет.

Сучасна боротьба з плагіатом – це боротьба з наслідками, тоді як основні зусилля слід зосередити на запобіганні плагіату. Передусім необхідно приділяти максимум уваги запобіганню плагіату у ЗМІ шляхом профілактики, консультування, формування відповідних ціннісних парадигм. Важливою превентивною мірою може стати виховання моральних якостей людини, які згодом будуть виступати внутрішніми обмежувачами. Проте важливим є не тільки винайдення і доведення до всіх користувачів таких норм, а й впровадження їх у життя, створення механізму контролю над виконанням і механізму оперативного усунення порушень, адже головною метою повинно стати не стільки покарання, скільки якнайшвидше відновлення порушених прав і законних інтересів.

#### *Список використаних джерел*

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 № 3793-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
2. Афанасьєва К.О. Плагіат у діяльності засобів масової інформації / К.О. Афанасьєва // Інтелектуальна власність. – 2004. – № 3. – с. 16-19.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т.Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
4. Еннан Р. Особливості захисту прав інтелектуальної власності в Україні / Р. Еннан // Інтелектуальна власність. – 2012. – № 1. – с. 39-48.
5. Рижко О. М. Плагіат у соціальнокомунікаційному вимірі початку ХХІ століття: природа явища та історія боротьби. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій». – Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, Київ, 2017.

# ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ СПОРТИВНОГО КОНТЕНТУ

**Мошківський Владислав**

*Науковий керівник – Данько-Сліпцова А.А.*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасні медіа або «нові медіа» виникли наприкінці ХХ та на початку ХХІ століття у процесі розвитку мережевих технологій та комунікацій. На сучасному етапі потреба в отриманні інформації завдяки «новітнім» засобам розповсюдження інформації задовольняється миттєво і саме в тій формі, якої прагне користувач. Дослідник зі сфери комунікації Сергій Квіт описав зміни такими словами: «...інтернет дає змогу запровадити цілу низку послуг, які поза ним неможливі або ж надзвичайно складні для споживача». [1, с. 4].

До новітніх засобів масової інформації входять соціальні мережі та месенджери. Соціальна мережа – це певне віртуальне середовище, де кожен користувач має можливість створювати публікації текстового або аудіовізуального типу. Вагомим чинником є те, що у подібних ЗМК існує зворотній зв'язок. Ця ознака посилює ефект впливу на аудиторію, яку інформують.

Найпоширенішими серед віртуальних мереж є наступні: Instagram та YouTube. Спортивні журналісти активно використовують ці провідні платформи для виготовлення контенту для масової аудиторії. Завдяки доступному функціоналу та популярності спортивні інформаційні агентства обирають мережу Instagram для ведення своєї діяльності.

Instagram на першому етапі свого створення, взяло на мету спочатку поширення фото-публікацій, через це більшість спортивних джерел використовують на своїх інформаційних сторінках інфографіки, карикатури, меми на події в світі спорту. До візуальних або аудіовізуальних новин використовують також текстові інформування для ілюстрації максимально повної ситуації

Серед новітніх ЗМІ, окрім соціальних мереж, існують альтернативні за своєю структурою провідні види комунікаційного середовища – месенджери. За словами кандидата технічних наук Кордзая: «.. це зручний та швидкий канал спілкування» [2, с. 3]. У цілому, під визначенням «менеджери» описують електронні переважно, текстові повідомлення. Провідною з цієї групи ЗМК є Telegram, завдяки своїй мобільності в функціональному налаштуванні, отриманні й розповсюдженні контенту. У спортивних Telegram-каналах можуть розповсюджуватись публікації текстового або аудіовізуального типу з елементами «жовтої преси». Наприклад, у футбольній тематиці попитом користуються джерела, які висвітлюють інсайдерські зміни у цьому виді спорту.

Українське медійне середовище перейняло європейський досвід зі створення власного індивідуального аудіовізуального виробництва у провідних

ЗМК. Найпопулярнішим на даний момент серед футбольних блогерів є канал «Трендець» [5]. Його власник фаховий спортивний журналіст Дмитро Поворознюк. Дмитро Поворознюк разом із футбольним клубом «Верес» випускав комерційний футбольний репортаж-серіал (альтернатив в усьому Інтернет-просторі немає), в якому він як головний герой розповідає про футбольну індустрію зсередини на прикладі обраного клубу, а також надає ексклюзивні матеріали з післяматчевих розмов і тренувань, проектування плану розвитку з керівництвом на майбутній сезон (як організуються власне матчі). Головною метою цього аудіовізуального продукту є шлях перевтілення від звичайного спортивного журналіста у справжнього футболіста української ліги.

Серед Інтернет-ресурсів попитом користується Tribuna.com [6] та Sport.ua [4] поряд зі звичними для споживача новинами футболу. Також є інформованість з інших видів спорту. Для зручності отримання повідомлень були створені свої Інтернет сторінки в соціальних мережах, зокрема таких, як Facebook, Instagram та YouTube. Кроссмедійне поширення інформації на будь-який пристрій надає доступ користувачу до повідомлення в зручний час. З появою «нових медіа», з'явилась альтернативні джерела інформації, наприклад в українському футбольному світі

Вагомим чинником спортивного контенту є соціалізація. Під цим терміном, науковці розуміють зміну індивідом середовища та входження в інше. «Людина не просто засвоює певний досвід, але і перетворює його на власні цінності, установки, орієнтири» [3, с. 3].

Співпраця ЗМІ та спорту в цілому не тільки висвітлюють окремі події, а й формує громадську думку, популяризує ведення здорового способу життя, догляд за своїм фізичним та емоційним станом. Мас-медіа є важливим фактором комерціалізації спорту. Через свої технологічні можливості провідні ЗМК завдяки спонсорам допомагають розвинути спорт. Спортивна журналістика стала феноменом завдяки трансформації, вдосконаленню техніки і формуванню громадського, політичного та економічного секторів.

Підсумовуючи вищезгадане слід зазначити, що зазнали змін власне журналістські матеріали, особливо на спортивну тематику через залучення трансформованих засобів передачі інформації. З'явився характерний поділ на піджанрові категорії висвітлення спортивних реалій, які різняться за текстовою, аудіовізуальною, ілюстрованою або масмедійною формами. Збільшився обсяг інформації через взаємний вплив журналістської діяльності та спортивної індустрії, зокрема у сфері такої командної гри як футбол. Вся спортивна журналістика на сучасному етапі переходить на інноваційні та Інтернет-простори, які відповідають критеріями провідних ЗМК.

У цьому дослідженні було встановлено, що спортивна журналістика в наші часи стала окремим видом мистецтва. Кореспонденти при висвітленні спорту

повинні, по-перше, знати аудиторію, до якої буде спрямоване повідомлення; по-друге, вони повинні вправно володіти мовою медіа. Це окрема мова, яка на підсвідомому рівні впливає на свою аудиторію. Влучно підібрані слова, змонтований відеоматеріал можуть не тільки сфокусувати глядачів на перегляді певної новинної інформації зі світу спорту, а й скорегувати їх до певних дій.

Медіа стали посередником між реальністю та спортивний світом, а завдяки динамічності надходження інформації користувачі відчувають, що знаходяться в епіцентрі подій. Інтернет дає можливість своїм користувачам обирати ту інформацію, яка найбільше задовольняє їх потреби за характером повідомлень, формою та структурною насиченістю. Альтернативність стала вагомим чинником у використанні сучасних засобів комунікацій. Багатофункціональність медіа відповідає зацікавленостям будь-якої людини. В Інтернет-середовищі кожен користувач може створювати спортивний контент або залишати відгук на певну подію в спортивній індустрії, що дозволяє будь-кому стати співавтором та брати участь у висвітленні подій. Відмінною рисою сучасного контенту провідних ЗМІ є комбінація інформаційного, розважального та виховного характеру

Зацікавленість людини до свого фізичного стану зросла завдяки прогресивному зростанню матеріалів щодо активного способу життя та комерціалізації спорту за допомогою PR-технологій, які в свою чергу теж стрімко змінюються. Інноваційна журналістська трансформація вплинула на зміну риторики кореспондентської спортивної сфери: новітні ЗМІ за мету ставлять не тільки трансляцію певних подій або відображення певної картини зі світу спорту, головною метою стало зробити видовище, пробудити в своїй цільовій аудиторії на певні емоції.

Рубрика «Спортивний НУБіП» Владислава Мошківського отримала позитивний результат, як для студентського проекту у вигляді сотні переглядів на YouTube «Телеканал Свій НУБіП». Тим самим, рівень пізнаваності та обізнаності глядачів і студентів до спортивних секцій університету збільшився. Зросла кількість підписників, тим самим це демонструє рівень популярності НУБіП.

### *Список використаних джерел*

1. Гусєв А. В. Вплив медіа на розвиток професійного спорту. 2015. 7 с
2. Кордзая. Н. Р. Наукова стаття: Основні особливості месенджер-маркетингу. 2018. 4 с.
3. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : *монографія*. Харків : ХДАК, 2010. 252 с.
4. Sport UA. URL: <https://sport.ua> (дата звернення: 15.04.2024)
5. YouTube Trendets. URL: <https://youtube.com/c/trendets> (дата звернення: 15.04.2024).
6. Tribuna UA. URL: <https://ua.tribuna.com/> (дата звернення: 15.04.2024)

# ЛІНГВІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ

**Назарук Анастасія**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Лінгвістичні елементи журналістського твору є ключовими для передачі інформації та впливу на аудиторію. Вони фокусують різноманітні мовні одиниці, специфічні для того або того жанру.

Заголовок відіграє важливу роль у привертанні уваги читача й передачі основної ідеї тексту. Він повинен бути зрозумілим, креативним і точно відображати тему статті. Далі йде вступ, де автор своєрідно декодує контекст і вводить читача в тему статті. Тут можуть використовуватися різні лінгвістичні прийоми, зокрема цитати, риторичні питання або різновекторний аналіз сучасних подій. Основна частина тексту складається з власне аналізу, фактів, аргументів і прикладів, які підтримують тему статті. Тут важливо використовувати чітку мову, лаконічність і об'єктивність. Висновок підбиває підсумки й промовисто задекларує основні рекомендації щодо розглянутої проблеми. Він може включати заклик до дії або додаткові роздуми з приводу теми.

Лінгвістичні елементи журналістського твору мають на меті не лише передати інформацію, а й вплинути на емоційний, з рештою, і когнітивний досвід читача, спонукати його до реакції та роздумів. Використання їх вимагає вміння вибирати відповідні слова, створювати образи й підтримувати «тональність» аудиторії.

Журналістський твір – це динамічний текст, що поєднує інформативність, емоційність, креативність. Його мова відзначається багатством та різноманітністю лінгвістичних елементів, які роблять текст цікавим, зрозумілим і впливовим. Це, зокрема:

I. Лексика: 1) публіцистична лексика – використовують для опису суспільно-політичних подій, явищ та процесів; 2) терміни – для пояснення складних понять і явищ; 3) моцїно-забарвлена лексика – для вираження авторського ставлення до подій та героїв; 4) оцїнна лексика – для вираження авторської думки й оцїнки подій.

II. Синтаксис: 1) прості речення – роблять текст легким для сприйняття; 2) складні речення – дозволяють передати складні думки та логїчні зв'язки; 3) риторичні питання – використовують для залучення уваги читача і спонукання його до роздумів; 4) звертання – для встановлення контакту з читачем.

III. Стилїстичні фігури: 1) епїтети використовують для створення яскравих образів; 2) метафори – для образного вираження думки; 3) порївняння – для порївняння одного предмета з їншим; 4) гїперболи – для перебїльшення.

Для мови ЗМІ характерними є й такі лінгвальні маркери: 1) кліше – використовують для економії мовних засобів; 2) шаблони – для швидкого структурування тексту; 3) жаргонізми – для створення неформальної атмосфери.

Послугування цими й іншими лінгвістичними стратегіями залежить від жанру журналістського твору, його теми, мети та аудиторії. Уміле оперування ними робить журналістський контент інформативним, емоційним.

## **МЕДІАВПЛИВИ НА АУДИТОРІЮ**

**Озадовська Еліза**

*Науковий керівник – Чернеля Ірина*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Медіа, в сучасному світі, стали не просто джерелом інформації, а й ключовим фактором формування суспільних уявлень, цінностей та поведінки. Вплив медіа на аудиторію є багатограним і має значний обсяг.

Психологічний медіавплив відіграє ключову роль у формуванні емоційного, психологічного та поведінкового відгуку аудиторії на різноманітний контент, що споживається через медіа. Цей вплив базується на специфічних психологічних механізмах, які викликають різні емоційні, когнітивні та поведінкові реакції у глядачів, слухачів чи читачів. Основні аспекти психологічного медіавпливу включають: Стимуляція емоцій: медійні продукти, такі як фільми, серіали, музика та реклама, можуть викликати різні емоційні реакції у глядачів. Наприклад, драматичні сцени можуть викликати смуток або захоплення, веселі ролики можуть викликати сміх та радість, а жахливі фільми можуть викликати страх. Створення атмосфери та настрою: медійні форми мають здатність створювати певну атмосферу, настрій та емоційне середовище для глядачів. Наприклад, музика в фільмах чи відеоіграх може підсилити емоційний відгук аудиторії та створити певний настрій. Формування уявлень про реальність: Медійні зображення можуть впливати на сприйняття реальності та світогляд глядачів. Наприклад, певні типи новин або документальних фільмів можуть змінювати уявлення про певні події або соціальні проблеми.

Інформаційний медіавплив відіграє важливу роль у формуванні суспільної свідомості та уявлень про світ серед аудиторії. Цей вид впливу базується на поширенні, відображенні та інтерпретації інформації через різноманітні медійні канали, такі як газети, телебачення, радіо, інтернет та соціальні мережі. Наприклад, поширення інформації: Медіа виконують функцію передачі

інформації про актуальні події, які відбуваються в різних сферах життя - від політики та економіки до культури та спорту. Це дозволяє аудиторії бути в курсі останніх подій та розвитку суспільства.

Медіа є важливим чинником у формуванні культурних цінностей та норм. Вони відтворюють та поширюють культурні зразки, що впливають на ідентичність та самоусвідомлення аудиторії. Крім того, медійні продукти можуть впливати на сприйняття різних культурних груп та сприяти або протидіяти культурній асиміляції, вносячи нові "інгредієнти" у культурну кулінарію.

Медіа також мають великий соціальний вплив. Вони можуть формувати та змінювати соціальні уявлення, стереотипи та прийняття різних груп індивідів. Медійні представлення можуть впливати на сприйняття гендерних ролей, расової та етнічної ідентичності, класових різниць тощо, перетворюючи соціальну тканину.

Медіа відіграють ключову роль у політичному житті суспільства. Вони можуть впливати на політичні погляди, установки та поведінку аудиторії через надання інформації, аналізу та коментарів. Медійні кампанії можуть впливати на виборчі рішення, мобілізацію громадської думки та формування політичних рухів, надаючи певний "тон" громадському діалогу.

Нарешті, медіа мають значний економічний вплив. Реклама та інші комерційні повідомлення в медіа можуть впливати на покупкову поведінку аудиторії, створюючи попит на товари та послуги. Медіа є ключовим каналом для рекламодавців у досягненні своїх цільових аудиторій, збагачуючи економічну ландшафтну палітру.

## **ТЕХНОЛОГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ФАКТУ В АНАЛІТИЧНИХ СТИЛЯХ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Оксенюк Дарія**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі, коли інформація надходить із різних джерел і швидкість передачі новин зростає, важливість використання фактів в аналітичних стилях журналістики набуває особливого значення. Вони стають фундаментом для будь-якого аналізу, є тими складниками, на яких ґрунтується об'єктивність та достовірність інформації. У світлі цього аналітичні стилі журналістики постають як інструмент розкриття сутності подій, а також їхніх причин і наслідків. Засоби

аналітичного журналістського стилю дозволяють використовувати факти не лише як окремі елементи інформації, але й аналізувати їх у контексті, порівнювати, установлювати зв'язки між ними та робити висновки. Це дає змогу реципієнтам отримати не лише поверхнєве уявлення про події, а й глибше розуміння того, як вони впливають на суспільство та світ навколо нас.

Однак важливо пам'ятати, що використання фактів само по собі не завжди гарантує об'єктивність історії. Треба правильно інтерпретувати факти, уникати їхнього спотворення та маніпуляцій. Тільки так аналітичні стилі журналістики можуть справді служити інструментом формування об'єктивного уявлення про все суще. Тож використання фактів у журналістиці є не лише технічним аспектом професії, але й етичним зобов'язанням перед глядачами та читачами. Це ключовий елемент, що дозволяє журналістам стати надійними посередниками між подіями та громадськістю, забезпечуючи інформованість і свободу вибору.

Аналітичні жанри в журналістиці (кореспонденція, коментар, стаття, рецензія, огляд преси, лист та огляд) відзначаються ширшими часовими межами, оскільки включають в себе вивчення і аналіз системи фактів та ситуацій, узагальнення і формулювання висновків. Сучасні дослідники журналістики також розширюють цей діапазон, уводячи до сфери обігу нові аналітичні жанри – бесіду, журналістське розслідування, експеримент, версію, консультацію, соціологічне резюме, аналітичний прес-реліз та рейтинг. Це відображає розвиток і розширення можливостей журналістики у вивченні та аналізі подій, тенденцій, явищ у суспільстві.

Структурна складність аналітичних жанрів у журналістиці виникає з потреби ретельно обробляти велику кількість фактів ще на початковій стадії роботи. Це передбачає їхній відбір, систематизацію, групування тощо. При структурній організації статті важливо не лише представити читачеві факти, а й проілюструвати їх у контексті розглядуваної проблеми. Основна роль у цьому відводиться таким моментам, як висунення основної тези для доказу, побудова системи аргументації, що розкриває суть висунутої тези, а також висновки, які впливають із системи доказів.

Серед композиційних вузлів виділяють такі елементи: 1) "постановка проблеми", яка передбачає зіставлення принаймні двох протилежних точок зору на описувану подію; 2) «зіткнення» тези й антитези, що є еквівалентом "розвитку події" та включає у себе протистояння різних поглядів; 3) "рекомендація", яка є свого роду синтезом, що виникає внаслідок зіткнення "тези" і "антитези" й має еквівалент у кульмінації; 4) "подібний орієнтир", який є узагальненою оцінкою і дозволяє застосувати робочу ідею для осмислення та оцінки інших аналогічних проблемних ситуацій, що виникають у реальному суспільному житті і є еквівалентом очікуваного «розв'язку».



На нашу думку, описана структура композиційних вузлів добре відображає процес аналізу та розв'язання проблем у тексті. Логічна композиційна схема так само відрефлексує логічний виклад матеріалу в рамках міркування.

Використання фактів в аналітичних стилях журналістики є однією з найважливіших умов розкриття складних тем та проблем. Факти допомагають ілюструвати аргументи, а також ґрунтовно роз'яснюють позиції автора. Використання їх сприяє об'єктивному інтерпретуванню ситуацій та формуванню раціональних висновків на основі даних, що дозволяє зробити інформовані висновки та впливати на громадську думку.

## **ВІЙСЬКОВЕ БЛОГЕРСТВО ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО**

**Радіонова Марія**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Блогерство утворилося як сучасна видозміна буденного та застарілого функціонування передачі інформації у вигляді радіо, газет і навіть телебачення. Таких нововведень потребували зміни в суспільстві, зокрема еволюційні, адже люди прагнуть та хочуть нових і підлаштованих під їхні інтереси змін. Тому разом з усіма іншими сучасними видами журналістики інтенсивно запобутував і блогінг. Блог – це новий інформаційний винахід сучасного суспільства, який дозволяє авторові на регулярній основі висловлювати свої думки, ділитися досвідом чи навіть висвітлювати тему, яка може бути суспільно важлива та актуальна для кожного громадянин. Основним майданчиком утворення, розвитку та поширення блогосфери є всевітня мережа Інтернет. Саме завдяки йому нас щодня охоплюють мережеві потоки різнопланової інформації, яка поширюється з неймовірною швидкістю. Інформаційні матеріали – абсолютно різні змістом та напрямом на аудиторію контенту – по різному впливають на читачів, де сила впливу буде логічно залежати від його мети.

Так званій, інформаційно-психологічний вплив – це вплив поширювача інформації на свідомість і мислення окремої людини та певної соціальної групи для свідомого чи не свідомого внесення змін у погляди й думки читачів. Основним інструментом у так званій зміні думок і свідомості людей є маніпуляція у вигляді навіювань та переконань [1]. Ці основні засоби впливу використовують у більшості ЗМІ, але найпомітнішими вони є саме у військово-інформаційному просторі.

Загалом весь військовий контент – необхідний та винятково актуальний для кожного українця з початку повномасштабної війни росії на території України. Уже два роки безупинно триває ця кривав бійня, яка нікого не лишає осторонь. Щодня вороги вбивають наших людей, завойовують і відвойовують українські міста й села, українці ж збивають, підривають ворожу техніку, приймають нові законопроекти тощо. Кожному громадянину необхідно знати всі ці новини, адже вони можуть стати питаннями «життя і смерті» як одного так і всіх українців. Але разом із такими мирними та добрими намірами ЗМІ зумовлюють пригнічений та втомлений психічний стан населення, подають фейки, пропаганду, напівправду та інші види інформаційного обману й маніпуляцій у вигляді начебто «чистого» політичного контенту [2].

З огляду на таку статистику військового контенту українських блогерів [3], основним майданчиком яких є платформа YouTube, можна чітко простежити, який формат військового контенту найбільше подобається та є найдоступнішим суспільству. Але навіть здавалося б у цих суспільно престижних та народних каналах є певні негативні і позитивні впливи на аудиторію.

Реклама – один із видів так званої маніпуляції, якої не так багато порівняно з блогами розважального контенту, але все ж таки вона має місце. Реклама може бути пряма чи не пряма, причому і та, і та має однаково сильний вплив на глядачів. Ця реклама може бути у вигляді благодійної мети для країни, наприклад збір на ЗСУ у вигляді QR-коду на екрані в постійному режимі. Адже, як не дивно, навіть просте посилання чи заклик на збір є залученням до певних дій та реакцій, які будуть корисні замовникові (йдеться про ЗСУ), а отже, є проявами реклами. Але такого роду реклама має позитивні наслідки як для замовника, автора, так і для підписників, що відреагували на неї. Що ж до негативного впливу її на людей, то можна виокремити пропагандистські вкраплення у військових блогах, а саме: під час відео блогер у своїх коментарях та аналізі новин може навіювати власну політичну думку й позицію певних держслужбовців, чиновників і політиків й цим поширювати правильність чи засудження певних політичних режимів, правил, явищ та дій. Це так само має суб'єктивне значення для блогу як сумнівного джерела інформації з негативним і пропагандистським впливом для суспільства.

Військове блогерство, як засвідчує проведений аналіз, – це потрібний та актуальний контент для України з огляду на модерні реалії держави. Однак через військові дії багато блогерів почали наживатися на наївних людях та поширювати неправдиву інформацію стосовно наслідків, напрямів і причин війни з росією. Важливо не випускати з поля зору того, що військовий контент – це не єдиний вид блогерства, де присутні маніпуляції, пропаганда тощо, яких практично не можна позбавитися. Для мінімального збереження свого ментального здоров'я інформаційної обізнаності у військово-політичній галузі потрібно прискіпливо й уважно стежити за концентрацією і кількістю таких засобів впливу на сторінках улюблених блогерів.

### *Список використаних джерел*

1. Блог. Матеріал з Вікіпедії. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>(дата звернення: 18.03.2024)
2. Вакуленко С.В., Ковальська Л. А. Активізація блогу та інформаційна діяльність в мережі інтернет: URL:<https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12101/11976> (дата звернення: 05.03.2024)
3. Інформаційно-психологічний вплив. URL: [https://pidru4niki.com/1056112736938/politologiya/informatsiyno-psihologichniy\\_vpliv](https://pidru4niki.com/1056112736938/politologiya/informatsiyno-psihologichniy_vpliv) (дата звернення: 06.04.2024)
4. Так пишеться історія. Чому робота журналістів у час війни надзвичайно важлива. URL: <https://osvita.nakupilo.ua/chomu-robotazhurnalistiv-u-chas-viynuvazhlyva/> (дата звернення : 09.04.2021).
5. Рейтинг найпопулярніших експертів, які коментують війну на YouTube: топ-15. The Village. 2023. 2 серпня. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/341919-tretinu-chasu-efirnogomovlennya-na-ukrayinskih-kanalah-zaumayut-rosiyani> (дата звернення: 02.04.2024)

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ**

**Радіонова Марія**

*Науковий керівник – Семашко Тетяна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Наше повсякденне життя все більше зазнає впливу засобів масової інформації. Ми щоразу стикаємось з медіапростором і фактично живемо у ньому. Наша взаємодія із засобами масової комунікації допомагає нам дізнаватись першими важливу інформацію, спілкуватися з друзями, не виходячи з дому, створювати і продавати медійний продукт, працювати не виходячи з дому, займатись творчістю і транслювати свої здобутки в мережу та безкоштовно навчатись новому та навіть здобувати освіту.

Актуальність означеної теми надиктована сьогоденішньою ситуацією в країні. Нажаль, вже не перший рік йде війна і багато українців виїхало закордон, покинувши свою роботу, домівку та навчання. І для того, щоб не припиняти освітній процес, навчання перевели на дистанційну форму. Це дуже зручно та безпечно на території України, де регулярно відбуваються обстріли та масовані ракетні атаки. Проте, сьогодні, як ніколи, постає питання медіаграмотності.

Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації визначених Законом, та інформації, що становить суспільний інтерес [1]. Постає питання про правильне, грамотне використання інформації. У цьому нам допоможе впровадженій у програму курс «Медіаграмотність» Засвоєння останнього неможливе без знань про свої конституційні права та академічну доброчесність. Зміни в законодавстві з питань освіти розширюють коло актуальних питань в аспекті медіаосвіти.

Так, запровадження Закону України «Про освіту» [2] передбачає запровадження аудиту ЗВО. Один із аспектів аудиту – академічна доброчесність. Удосконалення правових механізмів реалізації конституційного права громадян на рівний доступ до якісної освіти на всіх рівнях передбачає і такий складник як академічна доброчесність, яка закріплена в ст. 42 Закону України «Про освіту» [2]. Учасники освітнього процесу опановують неправомірність дій, які вважаються порушенням академічної доброчесності: академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства; фабрикація – фальсифікація результатів досліджень, посилань, або будь-яких інших даних, що стосуються освітнього процесу; списування – використання без відповідного дозволу зовнішніх джерел інформації під час оцінювання результатів навчання [3, с. 143].

У контексті впровадження медіаосвіти виділяємо інформаційно-цифрову компетентність, яка передбачає впевнене, критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією в публічному просторі та приватному спілкуванні [4].

Аспектним стало залучення закладу освіти до нового медійного проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який здійснює IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів) спільно з Академією української преси та StopFake за підтримки Посольств США та Великої Британії в Україні. Важливим джерелом в роботі залишаються матеріали, підготовлені фахівцями – «Медіаосвіта та медіаграмотність». Підручник затверджений Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України як підручник для студентів вищих педагогічних навчальних закладів та слухачів Інститутів підвищення кваліфікації вчителів» [5].

Отже, завдяки соціальній взаємодії, постійному життю онлайн, готовності до саморозвитку та самоосвіти співпраця із ЗМІ, створення контенту, пошук і використання інформації, використання мобільних додатків, самореалізація через соціальні мережі потребує медіаграмотності та обізнаності в реаліях сьогодення.

Розглянувши аспекти медіаграмотності в освітніх закладах України, вважаю, що впровадження такого курсу як «Медіаграмотність» для викладачів, які вже мають педагогічний досвід, дозволить сформувати необхідні компетентності, забезпечить практичне застосування здобутих знань, умінь та навичок сприяти рефлексії та розвитку критичного мислення та загалом покращити процес навчання.

### ***Список використаних джерел***

1. Закон України «Про доступ до публічної інформації». Редакція від 24.10.2020, підстава – 912-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 11.02.2021).
2. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 11.02.2021).
3. Абетка для директора : Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти». URL: <http://www.sqe.gov.ua> (дата звернення : 14.02.2021).
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк. За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.

## **ІГРОВА ІНДУСТРІЯ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ФЕНОМЕН**

**Рибалка Костянтин**

*Науковий керівник – Степаненко Микола*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Ігрова індустрія має не тисячолітню та навіть не столітню історію, вона зовсім молода, але надзвичайно прогресивна, до того ж прибуткова, відома та впливова. У 1947 році розроблено першу відеоігрову програму, початково про існування якої знали лише її автори, проте з плином часу технології стали все потужнішими, а доступність ігор ширилася. У 1950-х роках науковці та інженери виявили великий інтерес до концепції розроблення ігор для електронних пристроїв. Перші відеоігри були легкі та короткі, а їх створення вимагало багато часу й надзусиль. Означений період можна вважати своєрідним стартом в історії розвитку ігрової індустрії.

Ігрова індустрія як суспільний феномен є вкрай актуальною темою дослідження. Зростання популярності відеоігор та їхній вплив на культурні, соціальні й психологічні складники сучасного суспільства вимагають

ретельного аналізу. Вивчення динаміки геймінгу дає змогу краще розуміти його роль у формуванні цінностей, сприяє виробленню ефективних стратегій в освіті та розвагах, а ще – дозволяє виявити потенційні виклики та переваги для суспільства загалом

Ігрова тематика привернула увагу багатьох письменників, науковців, які різноаспектно досліджували значення ігрової індустрії, опубліковано ґрунтовні праці на цю тему. Шейма Гюдема, авторка книги "Homo Ludens 2.0: Videogames and the Human Condition", спеціалізується на вивченні впливу відеоігор на сучасне суспільство й культуру. Джейн Мак Гонігелл, американська геймдизайнерка, опублікувала книгу «Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World», у якій зацентрувала увагу на тому, як відеоігри можуть вирішувати соціальні та екологічні проблеми. Джеймс Полак, автор книги «The Gameful World: Approaches, Issues, Applications», у своїх студіях розглядає ігрову культуру та гейміфікацію як явища, що впливають на розвій сучасного суспільства.

Ігрова індустрія — це багатосферна галузь, яка включає створення, виробництво, видавництво, інтеграцію та поширення відеоігор, комп'ютерних ігор, консолей, мобільних додатків та інших розважальних продуктів. Вона об'єднує розробників, видавців, інвесторів, гравців та різні супутні сектори, створюючи шедеври та займаючи особливе місце в сучасній культурі.

Щодо гравців, а саме геймерів, то йдеться про ще один важливий аспект, оскільки ця категорія може об'єднувати широке коло осіб: дітей, людей похилого віку, підприємців, безробітних, студентів, мільярдерів та інших. Не має значення, хто ти, оскільки кожен може стати геймером, тобто особою, яка причетна до відеоігор.

Ігрова індустрія відкриває перед кожним перспективу перетворитися на фермера, воїна, пілота літака, космічного пірата, керівника імперії або просто жити у 2077 році. Ігровий світ – це такий собі нескінченний простір, де кожна людина може творити власні історії, у яких розгортаються різноманітні події.

Сучасне суспільство переживає вражаючий ріст популярності ігор у різних форматах. Це може бути пов'язано з різноманіттям доступних гравцям ігор, включаючи відеоігри, онлайн-гру, мобільні додатки та інші. Зростання технологічних можливостей сприяє покращенню графіки, звуку і взаємодії, що робить ігри захоплювальними, реалістичними та доступними. Крім того, ігри стали популярним засобом розваги та соціалізації для багатьох людей. Вони також впливають на освітній простір, сприяючи професійному розвитку та креативності.

Ігрова індустрія впливає на суспільство через культурний контекст, який вона створює навколо себе. Відеоігри стали важливою частиною попкультури, впливаючи на розвиток мову, формування символіки та стилю життя, на спосіб

мислення, платформою для висвітлення культурних ідентичностей та різних соціальних питань, відображених у сюжетах та віддзеркалених у персонажах відеоігор.

Ігрова індустрія є двигуном прогресу. Вона стимулює розроблення потужних графічних процесорів, віртуальної реальності та штучного інтелекту. Ігри випереджають свій час і використовують передові технології для покращення графіки, фізики і штучного інтелекту. Ігрові інновації потім знаходять застосування в багатьох інших галузях, зокрема медицині, освіті. Ігрова індустрія на відміну від інших розважальних галузей, окрім своєї основної функції, сприяє позитивній динаміці в різних соціальних та культурних сферах суспільства.

Ринок ігор став важливим галузевим сегментом глобальної економіки. Ця індустрія нараховує мільярди гравців та генерує вражаючі прибутки. Вона фокусує в собі різні сегменти, виробництво консолей, розробку ігор, онлайн-середовища та інші супутні послуги. Глобальний ринок ігор впливає на глобальну торгівлю, займаючи важливе місце у світовій економіці.

Ігрова індустрія не лише надає розвагу, але й представляє собою вигідний сектор для заробітку. Вона забезпечує роботою тисячі розробників, дизайнерів, тестерів, акторів голосу та інших професіоналів. Геймери можуть ставати професіональними гравцями й заробляти й на турнірах, спонсорських угодах тощо. Ця індустрія також генерує прибуток через продаж ігрових товарів, доповнень та асоційованих продуктів, таких як ігровий декор, фігурки героїв гри, одяг і аксесуари. Економічний аспект ігрової індустрії свідчить про її пріоритетність як для світової економіки, так і для індивідуальних можливостей заробітку та розвитку професійної кар'єри для багатьох людей у всьому світі.

Соціальною проблемою є те, що різниця між гармонійною грою в ігри та залежністю від них здатна породити різні виклики та проблеми. Залежність від ігор може мати негативний вплив на фізичне і психічне здоров'я осіб, які втрачають контроль над своєю грою та відсувають реальність на задній план. Це може призвести до таких проблем, як безсоння, зниження робочої продуктивності. Для збереження балансу між розвагами та здоров'ям багато країн устанавлюють обмеження для контролю ігрової індустрії.

Ігрова індустрія, особливо через призму кіберспорту, має виняткове значення в сучасному світі, надаючи суспільству новий рівень розваг та взаємодії. Кіберспорт став важливим чинником глобалізації, він об'єднує мільйони гравців із різних куточків планети у величезну віртуальну спільноту. Гравці конкурують та обмінюються досвідом, що формує нові моделі соціальної взаємодії та сприяє культурному обмінові. Крім того, кіберспорт визначає нові стандарти в галузі розваг та електронного спорту, впливаючи на економіку й технологічний прогрес, допомагає розвивати технічні інновації, спонукаючи до постійного

вдосконалення обладнання і програмного забезпечення, що має важливий вплив на розвиток геймінгу та комп'ютерних технологій. Загалом же ігрова індустрія через кіберспорт стає не лише розважальним явищем, але й каталізатором соціокультурних та економічних змін у сучасному світі.

Умови швидкого розвитку, зумовлені передусім технологічними та виробничими змінами, примушують ігрову індустрію швидко адаптуватися. Цей розвиток буде продовжуватися завдяки передовим технологіям та інноваціям. Один із основних трендів – посилення прагматизму у відображенні графіки та фізики відеоігор.

За допомогою швидкого розвитку графічних процесорів та обчислювальних можливостей графіка стає досконалішою. Крім того, очікується вдосконалення інтерактивності та штучного інтелекту в іграх, що робить ігровий процес більш іммерсивним та цікавим. Штучний інтелект та віртуальна реальність відіграватимуть важливу роль у майбутньому ігрової індустрії. Штучний інтелект уможливить створення більш складних та реалістичних ворогів і персонажів.

Отже, ігри стали важливим суспільним явищем у сучасному світі. Вони не лише функціонують як джерело розваг та можливість уявного втілення, але й стають платформою для соціальної взаємодії та формування спільноти гравців. Ігрова індустрія визначає значущу частину економіки, що приносить великі прибутки та надає робочі місця для фахівців. Крім цього, вплив ігор екстраполюється на освіту, сприяючи навчанню та розвитку креативних навичок через ігровий досвід. Ігри – ще й важливе джерело інновацій та технологічного прогресу, що розширює можливості геймерів і всієї галузі.

## **ОЦІННА ЛЕКСИКА ЯК КОМПОНЕНТ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ ДЛЯ ДІТЕЙ**

**Рокітна Тетяна**

*Науковий керівник – Степаненко Ніна*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Роль оцінної лексики в дитячій літературі винятково значуща. Вона впливає на формування світогляду, емоційний стан та мовленнєві навички дітей. Оцінна лексика в дискурсах для дітей допомагає відтворити образи, події та емоційні стани, які стають доступними для сприйняття маленькими читачами.

Використання цього мовного ресурсу може стимулювати інтелектуальний розвиток дітей, сприяти розширенню їхнього словникового запасу та розвитку



мовленнєвих навичок. Крім того, вона допомагає дітям розуміти соціальні норми, виховувати почуття справедливості та моральні цінності через образну передачу конфліктів і ситуацій. Варто відзначити, що оцінна лексика здатна впливати на формування емоційного інтелекту дітей, розвиваючи їхню спроможність розрізняти та виражати власні емоції. Отже, ретельне використання аналізованої лексики сприяє глибокому та комплексному розвитку маленьких читачів.

Оцінну лексику трактують загалом як допоміжний засіб у навчанні й вихованні дітей. Є очевидним і той факт, що художні твори для дітей та юнацтва сприяють адаптації дитини й підлітка в соціумі, формуванню моральних цінностей. Дорослий, пишучи твори для дітей, передає їм досвід свого уявлення про навколишній світ, мимоволі перебирає на себе функції вихователя або вчителя. Художні твори для молодшого читача несуть чимало пізнавальної інформації.

Оцінна лексика в дитячій літературі також може відігравати ключову роль у створенні атмосфери й настрою твору. Вона конституює емоційне тло, яке може бути важливим для сприйняття та засвоєння тексту дитиною. Крім того, оцінну лексику використовують для підтримки основної тематики твору та підкреслення його стратегічних ідей. Наприклад, за допомогою позитивної оцінної лексики можна виявити важливість дружби, взаєморозуміння та доброти, тоді як призначення негативних оцінних слів інше: звернути увагу на проблеми соціальної несправедливості, нетолерантності тощо. Отже, оцінна лексика в дитячій літературі є невід'ємним складником її впливу на розвиток та виховання дітей, вона – без перебільшення – створює морально-етичний фундамент для їхнього подальшого життя.

Оцінна лексика покликана збагачувати фантазію та уяву дітей, створюючи живі й барвисті образи. Це сприяє розвитку творчих здібностей, залученню навіть наймолодших до процесу читання. Для батьків та педагогів важливо розуміти роль оцінної лексики в дитячій літературі, оскільки це допомагає відібрати належні твори для дітей різного віку й підготувати їх до «зустрічі» з різноманітністю мовленнєвих засобів. Урахування цього аспекту сприяє ефективному вихованню та розвитку дитини через літературну діяльність.

Отже, роль оцінної лексики в дитячій літературі полягає в тому, щоб не лише розвивати мовленнєві навички та відчуття мовного багатства, а й формувати моральні цінності, емоційний інтелект і творчі здібності в молодого читача. Висловлені міркування про роль оцінної лексики в художньому творі однаково мірою стосуються і журналістських текстів, адже журналісти мають впливати на суспільство загалом, а не на окремі прошки його.

# МЕТОДИ ПОШУКУ, ОПРАЦЮВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЇ

Стрельцова Аліна

Науковий керівник – Семашко Тетяна

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Сучасний світ інформаційних технологій характеризується великим обсягом доступної інформації з різних джерел контенту. Інтернет, соціальні мережі, електронні бази даних, медіа ресурси – це лише деякі з джерел, які постійно поповнюються новою інформацією. Зростання обсягу інформації створює виклики в її ефективному пошуку, опрацюванні та аналізі.

Методи пошуку, оброблення та аналізу інформації стають все більш актуальними для забезпечення ефективного використання даних. Вони допомагають користувачам організовувати, фільтрувати та використовувати інформацію з максимальною користю. Методики пошуку дозволяють знаходити необхідну інформацію серед великої кількості джерел, методи оброблення спрощують структурування та перетворення даних у зрозумілий для аналізу формат, а методи аналізу допомагають виявляти закономірності, тренди та кореляції в даних.

Однак з ростом обсягу інформації з'являються і нові виклики. Необхідність вдосконалення методів інформаційного пошуку, адаптації алгоритмів оброблення до специфіки різних типів даних, а також розробка нових методів аналізу стають ключовими завданнями для дослідників у галузі інформаційних технологій.

**Методи пошуку інформації.** Пошук інформації в сучасному світі заснований на ряді спеціалізованих методів та інструментів, які спрямовані на максимально ефективно використання ресурсів Інтернету та інших джерел контенту. Серед таких виділяємо:

- пошукові системи. Пошукові системи, такі як Google, Yandex, Bing є основними інструментами для знаходження інформації в мережі Інтернет. Вони використовують складні алгоритми для індексації веб-сторінок та ранжування їх за релевантністю запиту користувача;

- ключові слова. Використання правильних ключових слів або фраз є важливим елементом ефективного пошуку інформації. Вони допомагають зорієнтуватися в великій кількості даних і знайти потрібну інформацію швидше та ефективніше;

- фільтри. Фільтри дозволяють обмежити результати пошуку за різними параметрами, такими як дата публікації, тип контенту, автор тощо. Це сприяє точнішому вибору інформації відповідно до потреб користувача;

- спеціалізовані бази даних та електронні ресурси. Окрім загальних пошукових систем, існують спеціалізовані бази даних та електронні ресурси, які

надають доступ до наукових публікацій, журналів, електронних книг та інших джерел інформації. Вони забезпечують глибокий і детальний аналіз конкретних тем та питань;

- соціальні мережі та спільноти. Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, LinkedIn можуть також служити джерелами інформації. Групи та спільноти в цих платформах часто обмінюються корисною інформацією, новинами та аналітикою, що стає доступним для широкого кола користувачів [1].

**Методи оброблення інформації.** Оброблення даних є ключовим етапом у перетворенні сирих даних в корисну та зрозумілу інформацію. Цей процес включає ряд операцій, що дозволяють зробити дані придатними для подальшого аналізу та використання:

- структуризація даних. Структуризація даних полягає в організації інформації у визначеному форматі або структурі. Це може включати перетворення даних у таблиці, бази даних або інші логічно організовані набори. Програмні інструменти для роботи з базами даних, такі як MySQL, PostgreSQL або MongoDB часто використовуються з цією метою;

- категоризація даних. Категоризація даних включає розподіл інформації за певними критеріями або категоріями. Наприклад, новинні статті можуть бути категоризовані за темами, такими як політика, економіка, спорт тощо. Алгоритми кластеризації, такі як K-means або Hierarchical Clustering, можуть бути використані для автоматичної категоризації великих наборів даних [2];

- перетворення даних. Перетворення даних означає зміну формату, структури або типу інформації для використання в конкретних задачах. Наприклад, конвертація тексту в числовий формат для аналізу, нормалізація даних для усунення варіацій або агрегація даних для створення зведених звітів;

- алгоритми машинного навчання. Алгоритми машинного навчання, такі як регресія, класифікація, кластеризація та інші, використовуються для автоматизації оброблення даних. Вони можуть адаптуватися до нових даних, виявляти складні закономірності та взаємозв'язки, що допомагає в аналізі та інтерпретації інформації;

- методи оброблення природної мови (NLP). Методи оброблення природної мови використовуються для аналізу, розуміння та генерації людської мови. Вони можуть використовуватися для автоматичної обробки текстової інформації, виявлення сутностей, сентимент-аналізу тощо.

**Методи аналізу інформації.** Аналіз інформації є важливим етапом в обробленні даних, оскільки він дозволяє отримати глибокі інсайти, розпізнати закономірності та тенденції, які можуть бути приховані в наборах даних. На основі аналізу можна приймати обґрунтовані рішення, прогнозувати результати та визначати стратегії дій. Виділяємо такі:

- статистичні методи. Статистичні методи, такі як кореляційний аналіз, регресійний аналіз, та t-тест, дозволяють виявляти статистично значущі залежності між різними змінними в наборах даних. Вони є основою для багатьох наукових досліджень та бізнес-аналітики;

- машинне навчання. Алгоритми машинного навчання, такі як класифікаційні моделі, кластерний аналіз і нейронні мережі використовуються для автоматичного виявлення закономірностей та патернів у даних. Вони можуть адаптуватися до нових даних, вдосконалювати свої прогнози та виявляти складні залежності, які важко виявити за допомогою традиційних статистичних методів [3];

- візуалізація даних. Візуалізація даних є потужним інструментом для графічного представлення великих наборів даних. Графіки, діаграми, теплові карти та інші візуальні елементи допомагають зрозуміти структуру, розподіл та залежності в даних. Вони полегшують інтерпретацію результатів аналізу і дозволяють ефективно комунікувати з результатами аналізу іншим особам;

- аналіз тексту та відгуків. За допомогою методів оброблення природної мови (NLP) можна аналізувати текстові дані, такі як відгуки користувачів, коментарі, новини тощо. Сентимент-аналіз, екстракція ключових слів, категоризація тексту допомагають розуміти ставлення користувачів, виявляти тренди та реагувати на них [4].

Підсумовуючи, зауважимо: методи пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел контенту є ключовими для отримання корисних знань і даних в сучасному світі. Використання цих методів допомагає підвищити ефективність роботи з інформацією та забезпечити її якість.

### **Список використаних джерел**

1. Терещенко В.В. Аналіз сучасних методів інформаційного пошуку. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2018. С. 26-31.
2. Фуріхата Д.В., Граф М.С. Аналіз існуючих методів та алгоритмів обробки інформації в інтернет просторі. *Вчені записки*. 2023. С. 247-251.
3. Петришин В.С., Поліщук Д.О., Ніколюк П.К. Машинне навчання. *Комп'ютерні технології обробки даних*. 2022. С. 167-170.
4. Крошняк П.Я., Карабін О.Й. Теоретичні основи опрацювання природної мови. 2023. С. 182-183.

# ФАКТ ЯК ОСНОВА ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ

Чернова Софія

Науковий керівник Чумак Тетяна

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Факт є основою журналістського твору, оскільки він є об'єктивною інформацією про певну подію, явище. Факти відображають реальність і є базою, на якій будується весь текст статті або репортажу. Журналіст, починаючи роботу над статтею, перш за все збирає різноманітні факти про подію або тему, над якою він працює. Він перевіряє істинність цих фактів, шукає вірогідні джерела інформації та підтверджує їх достовірність. Коли факти перевірені і відповідають вимогам об'єктивності, вони стають основою журналістського твору. Факт-дійсна, не вигадана подія, дійсне явище; те, що сталося, відбулося насправді.[1] Факти доповнюються коментарями та експертними оцінками, але їх присутність не повинна впливати на правдивість самого факту. Журналіст повинен чітко вказувати, які частини тексту є фактами, а які - інтерпретацією або думкою. Факти мають бути конкретно представлені та мають відповідати цінностям журналістської професії, таким як об'єктивність, достовірність, точність та інформативність. Оскільки журналістські твори мають вплив на громадську думку і формування громадської думки, правильна обробка та використання фактів є важливою складовою професійної діяльності журналіста.

Журналістські твори - все або майже все - несуть в собі елементи публіцистики, є публіцистичними. Середовищем існування публіцистичного твору є інформаційно-комунікативний простір суспільства, що включає засоби масової комунікації (ЗМК) і засоби масової інформації (ЗМІ). В інформаційно-комунікативній системі постійно взаємодіють чотири світи: реальний світ, світ автора, світ твори і світ аудиторії, яка споживає продукцію, створену автором і редакцією. [2] Журналістські твори – це передача новин, фактів та думок через написання і використання журналістських прийомів і стилістики. Основною метою журналістських творів є інформування читачів про актуальні події та проблеми.

Серед видів образів у журналістському тексті часто зустрічаються ілюстративні. Вони використовуються для того, щоб висловити більш широкі і злободенні суспільні інтереси, в основному публіцистичні. У житті часто відбуваються такі події, цікаві і важливі своїми загальними, повторюваними властивостями, що мають морально-політичне значення. Журналісти прагнуть інформувати суспільство про такі повторюваних подій. Вони шукають таку подію і таких осіб, в індивідуальності яких істотні властивості життя, важливі для суспільства, виявлялися б особливо виразно, яскраво, значно. Інакше кажучи,

вибирають для свого зображення типові у своєму роді явища життя, які можуть служити гарною ілюстрацією істотних особливостей, що мають суспільне значення. Призначення цих текстів полягає в тому, щоб відтворити реальних людей у всіх їх проявах. [3] Журналістські твори є важливим інструментом громадської інформації та демократії, оскільки допомагають людям бути свідомими про те, що відбувається у світі та у їхньому оточенні. Вони також дають голос людям, що не мають можливості самим висловити свої думки та переживання.

Останніми роками йде дискусія про ознаки та взагалі існування жанрів. І хоча стара система поділу на жанри не завжди була ідеальною, зовсім відмовлятися від неї не варто. Український журналістикознавець, професор А.З. Москаленко визначав жанр як предмет формотворення матеріалу і спосіб відображення теми. Іншими словами, жанр – це спільність логіко-композиційних ознак. [4] В журналістиці існує безліч жанрів, таких як репортаж, інтерв'ю, аналітична стаття, рецензія і т.д. Кожен з цих жанрів має свої особливості в структурі і стилістиці, які формують загальний образ і характеристику журналістського твору. Жанр допомагає журналісту вибрати найбільш ефективну форму подачі інформації в залежності від його цілей, аудиторії і специфіки події чи теми, про яку він пише.

Жанр є елементом форми журналістського твору. До критеріїв поділу журналістики на жанри відносять:

- об'єкт відображення;
- призначення виступу;
- масштаб охоплення дійсності, масштаб узагальнення;
- особливості літературно-стилістичних засобів. [4]

Основна функція фактів в журналістських текстах полягає у тому, щоб підтверджувати твердження, які робить автор. Через надання конкретних фактів, журналіст може довести свою точку зору, розповісти про події, навести статистичні дані, цитати свідків або експертів. Факт може бути достовірним або недостовірним. Встановити факт, тобто зробити його достовірним, означає здійснити його верифікацію. Інше питання, що зробити це не завжди можливо, деколи доводиться пробиватися через оцінку і коментар автора.

Достовірний факт- це судження про подію, що виявилось істинним в результаті його верифікації. Недостовірний факт - це судження про подію, верифікувати яке виявилось неможливим. [5]

Достовірний факт є об'єктивно перевіреним і підтвердженим, він базується на об'єктивних доказах та даних. Недостовірний факт, навпаки, є таким, що не має достатньо переконливих доказів або може бути спростований. Відповідальність за перевірку достовірності факту лежить на людині, яка висловлює або розповідає цей факт, а також на особі, яка отримує інформацію [5].

Факти також мають велике значення для забезпечення об'єктивності журналістського матеріалу. Вони допомагають неупереджено розповісти про події, уникнути спекуляцій та стереотипів. Фактична база дає можливість читачам самостійно зробити висновки і сформулювати свою думку.

Як об'єкт журналістського відображення може бути і сама дійсність, і соціальні явища і процеси, і людина. Включаючись в процес пізнання дійсності, журналіст фокусує увагу на суспільно значимі події. У самому акті вибору об'єкта пізнання, в специфіці його сприйняття, різних форм відображення, в оцінці та інтерпретації життєвої ситуації виявляється авторська суб'єктивність. Тому, говорячи про співвідношення об'єктивного і суб'єктивного у факті, багато авторів сходяться на тій думці, що «зміст факту є відображенням об'єктивного події, що знаходиться поза людською свідомістю, а форма, в якій здійснюється це відображення, суб'єктивна». Факт в журналістиці можна визначити як достовірне відображення фрагмента реальності, що володіє соціальною репрезентативністю [6]. Факти виступають важливою складовою для побудови довіреності до журналістського матеріалу та загальної репутації ЗМІ. Надання точної та перевіреної інформації на підставі вагомих фактів допомагає зберегти і набути довіру читачів до ЗМІ. Зважаючи на важливість фактів в журналістських текстах, журналісти мають пильно перевіряти істинність одержаних даних та перевіряти їх джерела. Також важливо дотримуватися принципу об'єктивності і надавати різноманітність думок та джерел інформації.

### *Список використаних джерел*

1. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/120753/2016-11-20-facebook-spivpratsyuvatyame-iz-zhurnalistamy-i-faktchekeramy-u-perevirtsi-povidomlen-tsukerberg>
2. Електронна бібліотека інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=417>
3. Електронна бібліотека інституту журналістики. Жанрове різноманіття. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=417>
4. Жадько В., Клименко О., Куляс П. та ін. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки. Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 126–141.
5. Жадько В., Клименко О., Куляс П. та ін. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки. Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 126–141.
6. Інститут масової інформації URL: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-pid-chas-viyni-yak-pisati-pro-tragichni-podiji-infografika-i988> (дата звернення: 08.04.2024)

**Наукове видання**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕДІАГАЛУЗІ**

Матеріали

III Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(м. Київ, 22 квітня 2024 року)

*Упорядкування* – Наталія Адамчук

*Адреса оргкомітету конференції:*

Кафедра журналістики та мовної комунікації,  
Гуманітарно-педагогічний факультет  
Національного університету біоресурсів і природокористування України,  
вул. Горіхуватський шлях, 19, навчальний корпус №1, кім. 11  
Київ, 03041  
E-mail: zhur\_kaf@ukr.net